



**“INNOVACIÓN VERDE:
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
APERTURA DE UN MERCADO
ORGÁNICO CON INTELIGENCIA
ARTIFICIAL GENERATIVA”**

AUTOR: AGUSTINA MOLINA IMBAUD
AGUSTINA.MOLINAIMBAUD@GMAIL.COM

TUTOR: MARCELO MEDINA GALVÁN
MMEDINA@FACE.UNT.EDU.AR

AÑO 2023



Índice

Resumen	3
Introducción.....	4
Problema.....	5
Preguntas de Investigación	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos	7
Marco Teórico.....	7
Inteligencia Artificial	7
Plan de Negocios.....	13
Mercado Orgánico	15
Marco Metodológico	21
Trabajo de Campo.....	23
Paso 1: Análisis documental e investigación en línea.....	23
Paso 2: Definición de la estructura del Plan de Negocios.....	36
Paso 3: Selección de herramienta de IA a utilizar.....	38
Paso 4: Elaboración del Plan de Negocios	65
Capítulo 1: Elaboración del Plan de Negocios utilizando Chat GPT 3.5	66
Capítulo 2: Elaboración del Plan de Negocios utilizando “Bard”	102



Resumen

En un contexto global marcado por avances tecnológicos y mayor conciencia sobre salud y alimentación, surge la preocupación por los efectos negativos de los agrotóxicos en la producción agrícola. La demanda de productos orgánicos libres de químicos ha aumentado significativamente. Paralelamente, el auge de emprendimientos y startups enfrenta desafíos para elaborar planes de negocios exitosos con recursos limitados. En este escenario, la Inteligencia Artificial (IA) emerge como una herramienta transformadora en diversos ámbitos, incluida la gestión empresarial.

Este trabajo busca proponer una nueva perspectiva para la elaboración de un plan de negocios para la apertura de un mercado de fruta y verdura orgánica en la ciudad de Yerba Buena, Tucumán. El cual, combina los principios de Administración con el potencial de la IA, utilizando la misma como herramienta de diseño y desarrollo. Brindando así, una mayor calidad de vida en la alimentación y salud de las personas.

En el presente trabajo, se abordará la problemática desde una perspectiva mixta. Para una mejor comprensión, se estructura el mismo en dos etapas. La primera etapa será de carácter exploratorio, ya que en la misma se comienza con una inmersión en la Inteligencia Artificial y su influencia en el mundo empresarial, pero, sobre todo, en el segmento de pequeños emprendimientos. Luego, la segunda etapa será de aplicación propiamente dicha, ya que se continúa específicamente en el proceso de integración de la Inteligencia Artificial y el diseño del plan de negocios para la apertura de un mercado de fruta y verdura orgánica, en la ciudad de Yerba Buena, Tucumán. Las herramientas de recolección de datos incluyen cuestionarios, revisión bibliográfica y recolección y análisis de fuentes secundarias.

Palabras claves: Plan de Negocios – Inteligencia Artificial– Emprendimiento– Mercado Orgánico - Productos Orgánicos.



Introducción

En un contexto global marcado por avances tecnológicos y mayor conciencia sobre salud y alimentación, surge la preocupación por los efectos negativos de los agrotóxicos en la producción agrícola. La demanda de productos orgánicos libres de químicos ha aumentado significativamente. Paralelamente, el auge de emprendimientos y startups enfrenta desafíos para elaborar planes de negocios exitosos con recursos limitados. En este escenario, la Inteligencia Artificial (IA) emerge como una herramienta transformadora en diversos ámbitos, incluida la gestión empresarial.

Uno de los mayores cambios más inquietantes que se están viviendo actualmente, es la aparición de la Inteligencia Artificial (IA) en los distintos ámbitos de la vida, como ser el educativo, laboral, entre otros. En el sector empresarial, la misma, aparece como herramienta para agilizar los procesos a desarrollar dentro y fuera de una empresa, brindando soluciones a las distintas problemáticas que enfrenta la organización. Se puede observar cómo grandes empresas como Google, Amazon utilizan estas nuevas tecnologías para captar información de los clientes, creando algoritmos, y, de esta manera, generar y brindar contenido según el gusto de cada consumidor. Incluso, hay empresas que ya están agilizando el proceso de selección de personal, con el uso de Inteligencia Artificial.

Pero, como se mencionó anteriormente, en el ambiente empresarial están apareciendo nuevos actores, como consecuencia de los cambios en el entorno. Estos son los emprendimientos, pequeñas organizaciones de pocos integrantes, que recién comienzan su trayectoria en el mundo de los negocios. Su gran desafío, es definir el comienzo de su camino, el paso a paso, y de esta manera lograr el éxito y crecimiento de su negocio. Es aquí, donde la Inteligencia se presenta como posible herramienta para facilitar el camino del emprendedor, y utilizarla para diseñar y desarrollar su plan de negocios, es decir, su ruta a seguir.



A su vez, otro gran cambio que se presenta en estos días, es la creciente demanda de productos orgánicos, debido una mayor concientización sobre la relación que existe entre la alimentación y la salud de las personas. Pero en el mercado orgánico, la relación oferta - demanda no presenta una correlación de crecimiento proporcional directa. Por lo que la oferta no llega a cubrir por completo la demanda creciente.

Problema

Al comenzar a pensar en su idea como un proyecto de negocio, el emprendedor se encuentra en la dificultad de no saber cómo planificar y definir el paso a paso para llevar a cabo el mismo, de una manera exitosa. En muchas ocasiones, los mismos no cuentan con los recursos suficientes para financiar todo el equipo necesario, tanto tecnológico como de profesionales, que guíen en este proceso de diseño y desarrollo de la idea inicial. Con el surgimiento de nuevas tecnologías como ser: Chat GPT, Bing Chat, entre otras. Se fueron descubriendo nuevas formas de innovar y revolucionar los procesos que se llevan a cabo dentro y fuera de las empresas tanto multinacionales como Pymes. La aplicación de IA, brinda a las organizaciones un mayor poder de competitividad dentro de un mercado que se encuentra en constante cambio. Pero, ¿Cómo podemos aplicar Inteligencia Artificial en los emprendimientos que recién comienzan?

A su vez, cada vez es mayor la demanda de alimentos sin agroquímicos, tanto a nivel mundial como a nivel país (Argentina). En Tucumán, los mismos no son de fácil acceso, o, en otras palabras, su oferta es muy reducida en la provincia. Los consumidores o potenciales consumidores, se encuentran en la necesidad de llevar a cabo toda una búsqueda, en distintos supermercados o locales, para encontrar productos orgánicos.



En este contexto, se torna imperativo explorar cómo la integración de la Inteligencia Artificial en el diseño y desarrollo de un plan de negocios para la apertura de un mercado de fruta y verdura orgánica, puede influir en la eficiencia, innovación y viabilidad de este tipo de emprendimientos, convirtiéndolos en negocios sustentables y capaces de competir dentro del mercado.

Preguntas de Investigación

- ¿Qué papel tiene actualmente la Inteligencia Artificial en el diseño y desarrollo de planes de negocios para emprendimientos?
- ¿Cuál es el impacto de la integración de herramientas de inteligencia artificial en el proceso de elaboración de planes de negocios para emprendimientos?
- ¿Cuál es la situación actual del mercado de productos orgánicos, en Tucumán 2023?
- ¿Cuál es la factibilidad económica del proyecto?

Objetivo General

El propósito de este trabajo es concebir y presentar un plan integral de negocios que permita establecer un mercado de frutas y verduras orgánicas en Tucumán, en el año 2023, aprovechando la potencialidad de la Inteligencia Artificial como herramienta central en su diseño y desarrollo.



Objetivos Específicos

- Comprender el papel de la Inteligencia Artificial en el proceso de elaboración de planes de negocios para emprendimientos, explorando su influencia en la estrategia empresarial.
- Evaluar el impacto de la integración de herramientas de Inteligencia Artificial en la concepción de planes de negocios para emprendimientos, incluyendo la identificación de ventajas y desafíos.
- Obtener una imagen detallada de la situación actual del mercado de productos orgánicos en Tucumán en 2023, examinando factores como la demanda, la competencia y las tendencias.
- Determinar la viabilidad económica del proyecto mediante un plan de negocios que incorpore estratégicamente la Inteligencia Artificial, asegurando la sostenibilidad financiera del emprendimiento.

Marco Teórico

Para una mayor comprensión del trabajo de investigación, se presentan a continuación los siguientes conceptos:

Inteligencia Artificial

El crecimiento acelerado del campo tecnológico, dio lugar a la aparición de nuevas realidades. Hoy en día, podemos encontrar Inteligencia Artificial en varios aspectos de nuestras vidas.

En el caso de las organizaciones, los chatbots van obteniendo mayor peso como herramienta de recolección y análisis, en distintas áreas de la empresa, como ser: marketing, Administración, Recursos



Humanos, Producción, Finanzas y análisis de datos, Investigación y desarrollo, Ciberseguridad, entre otras. Los asistentes virtuales, se presentan como una gran solución para la agilización y automatización de procesos y en toma de decisiones complejas en el área gerencial, disminuyendo costos y los tiempos de acción. **Sosa Sierra (2007)** plantea en su trabajo, que existen diversas definiciones de Inteligencia Artificial. Por un lado, se encuentran las que hacen referencia a la capacidad de programas computacionales para operar de la misma forma que el pensamiento humano ejecuta sus procesos de aprendizaje. Por el otro, hay definiciones que se centran en la simulación de la inteligencia humana para el razonamiento y resolución de problemas.

Russell (2004) presenta en su libro *“Inteligencia Artificial- un enfoque moderno”*, distintas definiciones del concepto de que es la IA, dividiéndolas en dos grandes enfoques. Por un lado, se encuentra el enfoque centrado en los humanos, es decir, que miden el éxito en términos de la fidelidad de actuar de los humanos. El segundo enfoque se encuentra centrado en la racionalidad, lo cual implica una combinación de matemáticas e ingeniería. A continuación, se muestra en la *Figura 1*, las distintas definiciones seleccionadas por el autor.

Figura 1:



Sistemas que piensan como humanos	Sistemas que piensan racionalmente
<p>«El nuevo y excitante esfuerzo de hacer que los computadores piensen... máquinas con mentes, en el más amplio sentido literal». (Haugeland, 1985)</p> <p>«[La automatización de] actividades que vinculamos con procesos de pensamiento humano, actividades como la toma de decisiones, resolución de problemas, aprendizaje...» (Bellman, 1978)</p>	<p>«El estudio de las facultades mentales mediante el uso de modelos computacionales». (Charniak y McDermott, 1985)</p> <p>«El estudio de los cálculos que hacen posible percibir, razonar y actuar». (Winston, 1992)</p>
Sistemas que actúan como humanos	Sistemas que actúan racionalmente
<p>«El arte de desarrollar máquinas con capacidad para realizar funciones que cuando son realizadas por personas requieren de inteligencia». (Kurzweil, 1990)</p> <p>«El estudio de cómo lograr que los computadores realicen tareas que, por el momento, los humanos hacen mejor». (Rich y Knight, 1991)</p>	<p>«La Inteligencia Computacional es el estudio del diseño de agentes inteligentes». (Poole <i>et al.</i>, 1998)</p> <p>«IA... está relacionada con conductas inteligentes en artefactos». (Nilsson, 1998)</p>

Fuente: Russell, S. J., & Norvig, P. (2004). *Inteligencia Artificial: Un enfoque moderno (2da ed.)*.

Pearson-Prentice Hall.

Cuando habla sobre el **enfoque del modelo cognitivo**, Russell (2004) destaca que para afirmar que un programa piensa como un humano, es imperativo comprender el funcionamiento de la mente humana. Esto se logra mediante la introspección, al intentar capturar los pensamientos propios, y a través de experimentos psicológicos. Una vez que se obtiene una teoría precisa sobre el funcionamiento mental, es posible expresarla como un programa de computadora. La similitud en los datos de entrada/salida y los tiempos de reacción con los de un humano proporciona evidencia de la comparabilidad entre los mecanismos del programa y los utilizados por los seres humanos. Russell ejemplifica esto con el trabajo de Newell y Simon, quienes desarrollaron el "Sistema de Resolución General de Problemas" (SRGP) y se centraron en rastrear las etapas del proceso de razonamiento y compararlas con las de los humanos enfrentados a los mismos problemas. La **ciencia cognitiva**, un campo interdisciplinario que combina



modelos de IA y técnicas experimentales de psicología, busca crear teorías precisas sobre el funcionamiento de la mente humana. Russell destaca que la verdadera ciencia cognitiva se basa en la investigación experimental en humanos y animales, aunque en su obra se considera que el lector dispone únicamente de una computadora para experimentar. Además, se menciona la distinción actual entre la IA y la ciencia cognitiva, lo que ha impulsado su desarrollo mutuo, especialmente en áreas como la visión y el procesamiento del lenguaje natural. El campo de la visión ha avanzado mediante una propuesta integrada que considera la evidencia neurofisiológica y los modelos computacionales.

Por otro lado, Russell (2004) explora el enfoque del **agente racional** en la Inteligencia Artificial, donde un agente informático se distingue de los programas convencionales por su autonomía, percepción del entorno, adaptabilidad y capacidad para alcanzar objetivos.

Un agente racional busca la mejor acción posible o, en situaciones de incertidumbre, la mejor acción esperada. Este enfoque difiere del paradigma de las "leyes del pensamiento" en el que se enfatiza la inferencia lógica. Sin embargo, la racionalidad implica más que simplemente inferir; también abarca acciones reflexivas y eficientes, como, por ejemplo, retirar la mano de una estufa caliente. Los agentes racionales deben ser capaces de representar el conocimiento, razonar, generar sentencias en lenguaje natural y aprender a través de la experiencia para tomar decisiones correctas en diversas situaciones. Aunque la racionalidad perfecta es un punto de partida en la IA, se reconoce que no siempre es posible en entornos complejos, lo que da lugar a la consideración de la racionalidad limitada, especialmente cuando no hay tiempo para cálculos exhaustivos.

Tipos de IA: IA Generativa

En el amplio panorama de la Inteligencia Artificial (IA), encontramos una variedad de enfoques y tipos que se adaptan a diferentes aplicaciones. Por ejemplo, la IA basada en reglas se centra en la



programación de reglas específicas para tomar decisiones, mientras que la IA de aprendizaje profundo utiliza redes neuronales para el procesamiento de datos y ha impulsado avances en reconocimiento de voz y visión por computadora. Asimismo, la IA de procesamiento de lenguaje natural se dedica a comprender y generar texto en lenguaje humano, lo que ha llevado a asistentes virtuales y traductores automáticos. Además, la IA de visión por computadora permite a las máquinas "ver" y comprender imágenes, lo que se aplica en la identificación de objetos y rostros.

Sin embargo, en este trabajo, se pone énfasis en la **IA Generativa**. A continuación, se presentan dos definiciones de este concepto.

“La **Inteligencia Artificial Generativa (IAG)** es una rama de la inteligencia artificial que se enfoca en la generación de contenido original a partir de datos existentes. Esta tecnología utiliza algoritmos y redes neuronales avanzadas para aprender de textos e imágenes, y luego generar contenido nuevo y único. Los avances en la IAG han sido impresionantes en los últimos años, y se espera que continúen mejorando en el futuro.” (Granieri, 2023).

“La IA generativa es un tipo de inteligencia artificial que puede crear nuevos contenidos e ideas, como conversaciones, historias, imágenes, videos y música. Como cualquier otro tipo de inteligencia artificial, la IA generativa se basa en modelos de machine learning: modelos muy grandes que se entrenan previamente con grandes cantidades de datos y que, por lo general, se denominan modelos fundacionales (FM). Además de la creación de contenido, la IA generativa también se utiliza para mejorar la calidad de las imágenes digitales, editar videos, crear prototipos rápidamente para fabricación, aumentar los datos con conjuntos de datos sintéticos y mucho más “. (Amazon Web Service, 2023).



Ejemplos notables de esta tecnología incluyen la generación de arte generativo, donde las computadoras pueden producir pinturas y música únicas, y la síntesis de texto y lenguaje natural, que se utiliza en la creación de historias, poesía e incluso noticias generadas por IA. En el sector empresarial, la IA Generativa se ha utilizado para la creación automática de contenido de marketing, generación de informes financieros y producción de contenido multimedia personalizado.

Estos avances en IAG representan un emocionante camino hacia un futuro en el que las máquinas no sólo procesarán datos, sino que también contribuirán de manera creativa a diversas aplicaciones.

Prompts

Para comprender a fondo el contexto de este trabajo, es fundamental familiarizarnos con el concepto de "prompt".

“Dentro del terreno de la inteligencia artificial generativa, una **indicación o prompt** es un fragmento de texto o información que sirve como instrucción para el modelo de IA. Es la clave que nos permite comunicar nuestras intenciones a una herramienta determinada para obtener un resultado. Es importante tener en cuenta que, según los tipos de herramientas de IA, se necesitan prompts específicos para garantizar un resultado final que se ajuste a lo que queremos conseguir.” (Universitat Oberta de Catalunya, s.f).

En resumen, el concepto de "prompt" en el ámbito de la inteligencia artificial generativa, desempeña un papel esencial al proporcionar instrucciones clave para los modelos de IA. Este fragmento de texto o información actúa como un puente que conecta nuestras intenciones con la capacidad de la IA para producir resultados deseados. La elección cuidadosa de prompts adecuados es crucial, ya que garantiza que el resultado final se ajuste a nuestros objetivos específicos.



Plan de Negocios

Como menciona el **Consejo Elaborador de Normas de Administración (CENADMIN) (2019)**, en su **Resolución Técnica N° 49**, sobre “el marco conceptual e informe de un Plan de Negocios”, un plan de negocios debe ser un instrumento de gestión profesional, una hoja de ruta, que refleje lo que es y quiere ser la organización, a dónde quiere llegar y cómo lo hará. El mismo debe ser un documento que sirva de base para la toma de decisiones, según el tipo de usuario que lo requiera, como ser: empresarios, emprendedores, inversores, acreedores, entre otros.

Según el CENADMIN, este tipo de documentos debe contar con los siguientes elementos para su desarrollo:

1. Resumen Ejecutivo.
2. Descripción del Negocio.
3. Producto o Servicio.
4. Descripción del Sector.
5. Estrategias de comercialización.
6. Gestión y Personal.
7. Protección Normativa.
8. Plan de Puesta en Marcha.
9. Análisis de Riesgo.
10. Plan económico financiero.
11. Información Adicional.

La información brindada debe cumplir con los lineamientos de la RT 16, Sección 3, es decir, que la misma debe ser confiable, pertinente, sistemática, comparable y comprensible.



Según Longenecker (2012) en su obra "Administración de pequeñas empresas: un enfoque emprendedor", un Plan de Negocios se define como un documento fundamental que desempeña el papel de definir los cimientos de un negocio y exponer la manera en la que se concretará su concepto, es decir, cómo se abordará un problema específico. Mullins, autor de "The New Business Road Test," citado por Longenecker, enfatiza que un Plan de Negocios debe incorporar tres elementos esenciales, a saber:

- El enunciado lógico de un problema y su solución.
- Una cantidad sustancial de evidencia concreta y verificable.
- Franqueza en cuanto a los riesgos, vacíos y suposiciones que podrían resultar erróneas.

En el mismo contexto, David Gumpert, quien lideró el MIT Enterprise Forum durante varios años, proporciona una definición pragmática del Plan de Negocios, subrayando su función de persuadir de manera convincente que el negocio tiene el potencial de ser rentable y atractivo para potenciales inversores.

Longenecker subraya la importancia de comprender que la redacción de un Plan de Negocios no se limita únicamente a persuadir a terceros, sino que también cumple el propósito de convencer al propio emprendedor de que su idea constituye una oportunidad de inversión sólida y coherente con sus objetivos personales. Por tanto, es crucial evaluar si la empresa se ajusta a las aspiraciones personales, ya que esto incidirá en las probabilidades de éxito y la satisfacción del emprendedor en el desarrollo de su empresa.

El autor propone que, para el emprendedor, el Plan de Negocios persigue los siguientes objetivos centrales:

1. Identificar la naturaleza y el contexto de la oportunidad de negocios, es decir, ¿por qué existe tal oportunidad?



2. Delinear el enfoque que el emprendedor planea utilizar para aprovechar tal oportunidad.
3. Reconocer los factores que determinarán si la iniciativa de emprendimiento será exitosa.

En definitiva, el Plan de Negocios representa una herramienta crucial para esbozar metas, estrategias y establecer relaciones con inversores y otras partes interesadas, con el objetivo de potenciar el éxito de la empresa.

Mercado Orgánico

Como mencionan **Berges, Casellas, Vigouroux y Sabionni (2006)**, el comercio internacional de productos orgánicos está siendo impulsado por un exceso de demanda sobre la oferta de países industrializados, lo cual, genera una gran oportunidad para los países en desarrollo y un desafío para los productores en cuestiones de mantenimiento de calidad en cada uno de los eslabones de la cadena de valor. A partir de la década de los 90, es que Argentina se vuelve partícipe del crecimiento del mercado orgánico.

Según la **CIAO (Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica)**, las cifras de 2019, muestran una tendencia mundial positiva respecto al aumento continuo de la demanda de productos orgánicos, igual al área productiva de los mismos.

En su trabajo, **Moreno y Ferraz A. (2023)**, presentan estadísticas en las cuales estiman que las ventas de productos orgánicos a nivel mundial, para el período de 2020 -2030, podrían alcanzar montos alrededor de 150 mil millones de dólares, con un crecimiento promedio del 3.7%. A continuación, se presenta el gráfico correspondiente.



Figura 2:

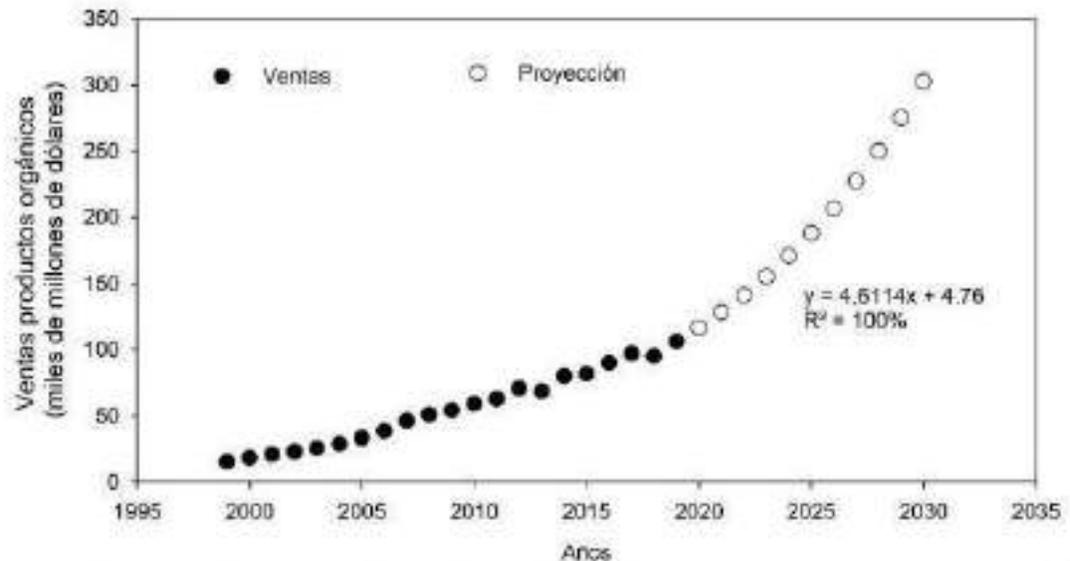


Figura 1. Proyección en ventas (en millones de dólares) de productos orgánicos para el periodo del 2020 al 2030

Fuente: Moreno y Ferraz. (2023). *Características del mercado de productos orgánicos y las oportunidades para Brasil*. Pág. 5. Revista Agri- Environmental Sciences, Palmas – TO.

El concepto de alimentos orgánicos, hace referencia a productos que se cultivan, crían y procesan utilizando métodos naturales. En el caso de la agricultura, se refiere a la no utilización de agroquímicos como pesticidas, fertilizantes sintéticos, aguas residuales o variedades transgénicas. (Gobierno de México, s.f).

Por lo tanto, la calidad y la sustentabilidad son los mayores desafíos de este tipo de negocios.

En Argentina, la producción orgánica está regulada por:



-La Ley 25.127, sancionada en 1999, establece los principios y normas generales para la producción, elaboración y comercialización de productos orgánicos.

-La Ley 27.734, sancionada en 2023, introduce modificaciones a la Ley 25.127, con el objetivo de fortalecer la producción orgánica y promover su desarrollo.

Por un lado, la Ley de Promoción de la Producción Orgánica para Economías Regionales, Ley 27734, es la ley argentina que regula la producción y/o elaboración de productos orgánicos, debidamente certificados y autorizados, en el marco de las disposiciones de la ley 25.127, de Producción Ecológica, Biológica u Orgánica, y sus normas reglamentarias y complementarias.

Por otro lado, la Ley 25.127, establece las normas para la producción, elaboración y comercialización de productos orgánicos en la Argentina. La misma menciona que, un producto orgánico es aquel obtenido a partir de un sistema agropecuario que tiene como objetivo producir alimentos sanos y abundantes, respetando el ambiente y preservando los recursos naturales.

Principios de la producción orgánica

La producción orgánica se basa en los siguientes principios:

- Mantener o aumentar la fertilidad del suelo y la diversidad biológica.
- Proteger a los cultivos y animales de plagas, malezas y enfermedades bajo un nivel tal que no provoquen daños económicos.
- No utilizar productos de síntesis química ni de organismos genéticamente modificados.



Autoridad de aplicación

El Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) es la autoridad competente en la fiscalización del cumplimiento de la ley. El mismo, tiene las siguientes funciones:

- Fiscalizar el cumplimiento de la ley sobre la totalidad del proceso productivo-comercial.
- Habilitar a entidades certificadoras para el control de los operadores.
- Controlar a las entidades certificadoras a través de auditorías y de inspecciones a los operadores.

Según el **INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial)**, en su informe “El agregado de valor: principal desafío de los elaboradores de productos orgánicos” publicado en el año 2022, los operadores orgánicos argentinos, en general se clasifican en tres categorías:

- Productores primarios:1190 unidades productivas;
- Elaboradores: 444 unidades productivas;
- Comercializadores: 125 unidades productivas,

Sumando en total unos 1759 operadores en Argentina.

En este informe el INTI menciona que gran parte de las empresas certificadas se dedican a más de una actividad productiva y/o pertenecen a más de un eslabón dentro de la cadena. Y donde hay una mayor concentración de elaboradores orgánicos es principalmente en la región pampeana y Cuyo, que se ilustra en el siguiente gráfico:



Figura N°3:



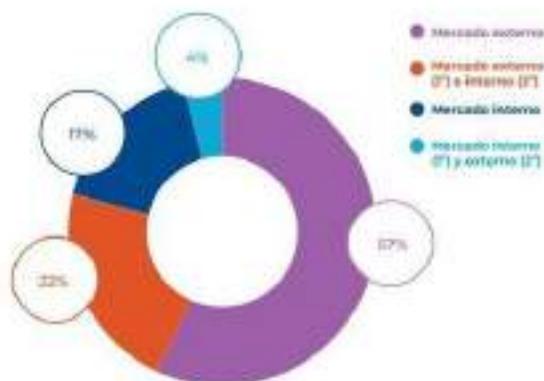
Fuente: Talamoni, S. (2022). El agregado de valor: principal desafío de los elaboradores de productos orgánicos. Instituto Nacional de Tecnología Industrial – INTI.

Por otro lado, se puede observar que el destino de los productos orgánicos es mayormente para el mercado externo. A continuación, se presenta un gráfico del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), donde se ilustra información sobre el sector orgánico en Argentina y el destino de sus productos:

Figura N°4:



Destino de las Ventas Orgánicas Argentina



Fuente: Talamoni, S. (2022). El agregado de valor: principal desafío de los elaboradores de productos orgánicos. Instituto Nacional de Tecnología Industrial – INTI.

Respecto al mercado internacional, según el INTI, el mercado mundial de alimentos y bebidas orgánicas alcanzó los 118 mil millones de dólares en 2019. El principal destino es Estados Unidos (42%), seguido de Europa (39%) y China (8.5%) del total mencionado. Los países con las mayores participaciones de consumo de productos orgánicos son Dinamarca (12%), Suiza (10%) y Austria (9%). Hacia finales de 2020, se registró un incremento interanual aproximado del 15% en ventas y volúmenes de productos orgánicos.

En este contexto, Argentina se ubica en el segundo lugar del mundo en extensión territorial para la producción orgánica, con 4,4 millones de hectáreas certificadas en el año 2020, luego de Australia que se ubica en el primer lugar. Sin embargo, el 95% de estas tierras se dedican a la producción ganadera, que representa solo alrededor del 2.5% del total de la producción orgánica argentina. Cuando se considera la participación de la producción orgánica en el total de la superficie agrícola, en el año 2019, Argentina desciende al puesto N° 13 en el ranking mundial.



Como se pudo observar en las distintas secciones del Marco Teórico, se presentaron distintos conceptos respecto a la Inteligencia Artificial, Planes de Negocios y lo referido al Mercado Orgánico.

Esto llevó a pensar que la innovación y la adaptación al entorno cambiante nos hace replantearnos la forma de llevar a cabo los procesos de diseño y desarrollo, e introducir la Inteligencia Artificial como herramienta de transformación y crecimiento de grandes y pequeñas empresas. En el caso de emprendimientos, ayudaría al diseño y desarrollo de planes de negocios y definir la ruta a seguir, a menores costos y tiempo. Por otro lado, en Argentina, el mercado orgánico se presenta como una gran oportunidad de crecimiento tanto en lo económico como en lo social y ambiental. Por esta razón, es de gran importancia propulsar el diseño y desarrollo de empresas conscientes en los tres niveles o también llamadas como organizaciones de “triple impacto”.

Marco Metodológico

Como menciona Sampieri (2018), al momento de enfrentar un problema u oportunidad, podemos llevar adelante una investigación desde tres enfoques o rutas distintas, entre ellas se encuentran: ruta cuantitativa, cualitativa, o mixta.

En el presente trabajo, se abordará la problemática desde una **perspectiva mixta**, para analizar desde un enfoque tanto cuantitativo como cualitativo, y obtener una mirada holística para llevar a cabo el plan de negocios. Por lo tanto, se llevará a cabo en dos etapas:

La primera etapa será de carácter **exploratorio**, ya que en la misma se comienza con una inmersión en la Inteligencia Artificial y su influencia en el mundo empresarial, pero, sobre todo, en el



segmento de pequeños emprendimientos. Explorando las posibilidades de armar un plan de negocios para los mismos, descubriendo los desafíos y limitaciones que puede presentar estas tecnologías, como herramientas estratégicas, respecto a esta área.

Luego, la segunda etapa será de **aplicación** propiamente dicha, ya que se continúa específicamente en el proceso de integración de la Inteligencia Artificial y el diseño del plan de negocios para la apertura de un mercado de fruta y verdura orgánica, en la ciudad de Yerba Buena, Tucumán.

Por lo tanto, en el desarrollo de la investigación, se adopta un enfoque mixto con **diseño “Dexplos”**, ya que, será un proceso secuencial desde una fase inicial cualitativa, para luego recurrir a un enfoque cuantitativo, y de esta manera, complementar ambos enfoques.

Para la recolección de datos se utilizarán diversas herramientas, como ser: recopilación y estudio de fuentes secundarias, respecto al uso de inteligencia artificial en el diseño y desarrollo de emprendimientos y, por otro lado, sobre el mercado orgánico. También, será necesario una inmersión en las redes sociales (observación) para complementar el estudio de mercado. Otra herramienta a utilizar será el desarrollo de encuestas para conocer la situación actual del mercado respecto al tema de productos orgánicos.

Luego del proceso de obtención de datos, se proseguirá a utilizar las siguientes herramientas de análisis:

- Estudio descriptivo FODA.
- Análisis estratégico para la definición de los objetivos empresariales.
- Estudio descriptivo de las cinco fuerzas competitivas de Porter.
- Modelo de Flujos de Fondos.



Trabajo de Campo

Conforme se detalla en el marco metodológico, la ejecución de este trabajo se estructura en dos fases distintivas: exploratoria y aplicativa. Para llevar a cabo estas etapas, se procede a la subdivisión del Trabajo de Campo en cuatro pasos fundamentales, los cuales se detallan a continuación:

Pasos a seguir para el Diseño de un Plan de Negocios con Inteligencia Artificial (IA):

- 1) **Análisis documental e investigación en línea.**
- 2) **Definición de la estructura del Plan de Negocios.**
- 3) **Selección de herramienta de IA a utilizar.**
- 4) **Elaboración del Plan de Negocios.**

Paso 1: Análisis documental e investigación en línea

En esta etapa, se inicia con una revisión exhaustiva de la literatura existente y una inmersión profunda en fuentes disponibles en línea. Durante este proceso, el lector se sumergirá en el ámbito empresarial, explorando los avances relevantes relacionados con el uso de la Inteligencia Artificial. Se busca comprender de qué manera la IA puede impactar aspectos esenciales de una empresa o emprendimiento. Este paso implica una exploración activa en internet y en redes sociales para obtener una perspectiva completa de las tendencias y desarrollos actuales en este campo. Para ello, se fragmenta en tres secciones.

Sección 1: Transformando la realidad: Inmersión en el Mundo de la Inteligencia Artificial



La Inteligencia Artificial (IA), un campo que fusiona la informática, las matemáticas y la ingeniería, se destaca como una fuente continua de innovación en la actualidad. Busca replicar la inteligencia humana en máquinas y sistemas, permitiéndoles realizar tareas que requieren aprendizaje, razonamiento, adaptación y toma de decisiones basadas en datos y experiencias previas. La IA ha experimentado avances notables que han dado lugar a una amplia variedad de aplicaciones en diversos ámbitos, desde la asistencia virtual en la atención al cliente hasta la transformación de la medicina y la revolución de la visión por computadora.

El término "Inteligencia Artificial" hace referencia a la capacidad de las máquinas y sistemas informáticos para realizar tareas que normalmente exigen inteligencia humana, incluyendo el aprendizaje, la adaptación, el razonamiento y la toma de decisiones basadas en datos y experiencias previas.

Existen varios tipos de Inteligencia Artificial, cada uno con enfoques y aplicaciones particulares. Algunos de los tipos más destacados incluyen:

- **IA Simbólica o Basada en Reglas:** Este enfoque utiliza reglas lógicas y representaciones simbólicas para el razonamiento. Se basa en el uso de símbolos y relaciones para tomar decisiones y resolver problemas. Es comúnmente utilizado en sistemas expertos.



- **Aprendizaje Automático (Machine Learning):** Esta es una de las áreas más populares de la IA y se basa en la capacidad de las máquinas para aprender a partir de datos. Incluye subtipos como:
 - Aprendizaje Supervisado: Los algoritmos se entrenan con ejemplos etiquetados, lo que les permite predecir o clasificar datos nuevos.
 - Aprendizaje No Supervisado: Los algoritmos identifican patrones y relaciones en los datos sin etiquetas, como la agrupación o la reducción de dimensionalidad.
 - Aprendizaje por Refuerzo: Los agentes de IA aprenden a través de la interacción con su entorno y la obtención de recompensas, lo que les permite tomar decisiones óptimas.
- **Redes Neuronales Artificiales:** Están inspiradas en la estructura y funcionamiento del cerebro. Incluyen redes feedforward, redes recurrentes y redes convolucionales, utilizadas en tareas de procesamiento de datos como visión por computadora, procesamiento del lenguaje natural y más.
- **Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP):** Se centra en la comprensión y generación del lenguaje humano. Se utiliza en chatbots, traducción automática, análisis de sentimientos y resumen de texto, entre otras aplicaciones.
- **Visión por Computadora:** Esta área se enfoca en que las máquinas puedan interpretar y procesar imágenes y videos. Es esencial en aplicaciones como reconocimiento facial, detección de objetos y vehículos autónomos.



- **IA Generativa:** Este tipo de IA se especializa en crear contenido de manera autónoma, como texto, imágenes o música. Modelos como GPT-3 son ejemplos notables de IA generativa.
- **Sistemas Expertos:** Son programas de IA que utilizan conocimientos y reglas específicas para tomar decisiones en un dominio particular, como el diagnóstico médico o la asesoría legal.
- **IA Evolutiva:** Se inspira en la evolución biológica para mejorar algoritmos y soluciones a lo largo del tiempo. Se utiliza en optimización y diseño de sistemas.
- **Robótica Inteligente:** Combina la IA con la robótica para crear robots capaces de aprender y adaptarse a entornos cambiantes.
- **IA Débil y Fuerte:** La IA débil se refiere a sistemas especializados que realizan tareas específicas, mientras que la IA fuerte se asocia con la capacidad de una máquina para comprender, aprender y razonar en múltiples dominios, acercándose a la inteligencia humana.

Estos son solo algunos ejemplos de los tipos de IA existentes, y la IA continúa evolucionando con nuevas áreas de investigación y aplicaciones emergentes. Cada tipo tiene sus propias fortalezas y debilidades, lo que permite abordar una amplia gama de desafíos y problemas en diferentes campos. Es por ello que en esta sección, se explorarán los desarrollos más sobresalientes en el campo de la IA y su influencia en la interacción con la tecnología, creando oportunidades ilimitadas para mejorar la eficiencia empresarial, tomar decisiones más fundamentadas y desarrollar soluciones que enriquezcan la calidad de vida.



En los últimos años, hemos sido testigos de avances significativos en el campo de la Inteligencia Artificial (IA). Estos avances se han traducido en una amplia gama de aplicaciones que mejoran la vida cotidiana de las personas y la eficiencia de las empresas. Algunos de los desarrollos más destacados incluyen:

- **Modelos de Lenguaje Avanzados:** La creación de modelos como GPT-3 ha permitido a las máquinas generar texto casi humano. Esto ha impulsado la generación de contenido automático, asistentes virtuales y chatbots altamente eficaces.
- **Visión por Computadora:** La IA ha mejorado drásticamente la capacidad de las computadoras para comprender y procesar imágenes. Esto se ha utilizado en aplicaciones como la detección de objetos, reconocimiento facial y vehículos autónomos.
- **Aprendizaje Profundo:** Los avances en las redes neuronales profundas han permitido un mejor rendimiento en tareas como el procesamiento del lenguaje natural (NLP), la traducción automática y el reconocimiento de voz.
- **Recomendaciones Personalizadas:** La IA se ha vuelto esencial en servicios de streaming, comercio electrónico y redes sociales para ofrecer recomendaciones altamente personalizadas a los usuarios.
- **Medicina y Ciencias de la Salud:** En la atención médica, la IA se utiliza para el diagnóstico médico, la detección temprana de enfermedades y la identificación de patrones en datos de pacientes.

A medida que se exploran estos avances, se ofrecerán consejos valiosos sobre cómo redactar instrucciones efectivas para obtener resultados óptimos de los sistemas de IA, sobre todo en la utilización



de IA Generativa. Es aquí, donde la claridad y la especificidad son fundamentales, al igual que comprender las capacidades y limitaciones de estas tecnologías emergentes.

Guía para crear Instrucciones Efectivas en el Uso de IA Generativa:

- **Utiliza Ejemplos o Muestras de Respuesta Deseadas:** Si tienes un formato o estilo de respuesta específico en mente, proporcionar ejemplos o muestras es clave para guiar al modelo hacia tus expectativas.
- **Considera la Longitud del Prompt:** Mantén tu prompt en un rango adecuado; la brevedad y claridad son esenciales para obtener respuestas coherentes. Experimenta con diferentes longitudes para obtener resultados óptimos.
- **Refina con Pruebas y Ajustes Iterativos:** El uso de Chat GPT implica un proceso de aprendizaje continuo. Si las respuestas generadas no cumplen tus expectativas, no dudes en ajustar tu prompt, reformular tus preguntas o probar diferentes enfoques hasta obtener los resultados deseados.
- **Estructura tu Prompt de Manera Efectiva:**
 - Especifica un Rol:** Comienza por definir cómo deseas que Chat GPT actúe, indicando desde qué perspectiva o disciplina debe basar su respuesta.



-**Indica el Formato Deseado:** Aclara el formato de respuesta que esperas, ya sea una tabla con información específica, un formato de texto con ciertas características o una cantidad determinada de párrafos.

-**Transmite la Formalidad Deseada:** Comunica el tono, el tiempo verbal y el estilo de escritura que prefieres en la respuesta, especialmente si buscas particularidades en la redacción.

-**Fomenta la Participación del Chat:** Pide al modelo que te haga las preguntas necesarias para responder de la manera más completa y específica posible.

- **Mejora Mediante Práctica y Experimentación:** La práctica constante y la experimentación son fundamentales para elevar la calidad de las respuestas generadas. Ajusta y perfecciona tus indicaciones de acuerdo a tus necesidades y resultados específicos.

- **Promueve la Ética y Evita Sesgos en tus Instrucciones:**

-**Mantén la Integridad Ética:** Al utilizar IA generativa, la ética es esencial. Evita instrucciones que puedan conducir a contenido sesgado o inapropiado y asegúrate de que tus indicaciones reflejen un enfoque ético en la generación de contenido. La responsabilidad es crucial para garantizar respuestas justas y equitativas.

Estos consejos ayudarán al lector a obtener resultados precisos y de alta calidad, permitiéndole aprovechar al máximo el potencial creativo de esta tecnología.



Sección 2: Aplicaciones de la IA en el Mundo Empresarial

La Inteligencia Artificial (IA) ha trascendido los laboratorios de investigación y se ha convertido en una parte integral del mundo empresarial, transformando la manera en que las empresas operan, ofrecen sus productos y servicios, y se relacionan con sus clientes. En la búsqueda constante de mejorar la eficiencia, reducir costos y tomar decisiones más informadas, las organizaciones han adoptado la IA como una herramienta esencial en su arsenal tecnológico. A continuación, se exploran algunas de las aplicaciones clave de la IA en el contexto empresarial y cómo están redefiniendo la forma en que las empresas funcionan.

- Atención al Cliente y Chatbots Inteligentes: Los sistemas de atención al cliente basados en IA, como los chatbots inteligentes, están revolucionando la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Estos chatbots pueden proporcionar respuestas rápidas y precisas a las preguntas de los clientes las 24 horas del día, los 7 días de la semana, mejorando la satisfacción del cliente y reduciendo los costos operativos asociados con la atención al cliente.
- Análisis de Datos Avanzados: En un mundo inundado de datos, la IA es esencial para analizar grandes conjuntos de información y extraer conocimientos significativos. Esto permite a las empresas identificar tendencias, predecir comportamientos del mercado y tomar decisiones estratégicas basadas en datos con mayor precisión.
- Automatización de Procesos Empresariales: La automatización impulsada por la IA se ha convertido en un aliado crucial para las empresas. Tareas repetitivas y laboriosas, como



la gestión de inventario, la contabilidad y la programación de citas, se pueden automatizar con eficacia, liberando recursos humanos para actividades más estratégicas.

- Marketing Personalizado y Segmentación de Clientes: La IA permite a las empresas analizar el comportamiento del cliente y los datos demográficos para personalizar campañas de marketing. Esto aumenta la tasa de conversión y la retención de clientes, ya que las ofertas y los mensajes se adaptan específicamente a las necesidades y preferencias individuales.
- Seguridad Cibernética Avanzada: En un mundo digitalmente conectado, la ciberseguridad es una preocupación crítica. La IA se utiliza para detectar amenazas cibernéticas en tiempo real y proteger los sistemas empresariales contra ataques sofisticados, asegurando la integridad y la confidencialidad de los datos.
- Optimización de la Cadena de Suministro y Logística: La IA se aplica para prever la demanda, optimizar la gestión de inventario y mejorar la eficiencia logística en la cadena de suministro. Esto reduce costos, minimiza el desperdicio y garantiza la entrega oportuna de productos y servicios.

Estos ejemplos reflejan cómo la IA ha dejado una marca indeleble en el mundo empresarial, mejorando la eficiencia operativa y proporcionando a las empresas herramientas poderosas para la toma de decisiones. La capacidad de adaptarse y aprovechar estas tecnologías emergentes puede marcar la diferencia en la competitividad de una empresa en el mercado actual, donde la innovación y la eficiencia son clave para el éxito.



De acuerdo con el artículo de **McKinsey & Company** titulado "El estado de la IA en 2023: El año clave de la IA Generativa", se observa un uso creciente de la IAG en las empresas. Más del 40 por ciento de los encuestados afirmaron que sus respectivas organizaciones planean aumentar sus inversiones en inteligencia artificial en general, en gran parte impulsadas por el potencial de la IAG.

Según los autores Chui, M., Yee, L., Hall, B., Singla, A., & Sukharevsky, A. (2023, 1 de agosto) destacan que las áreas funcionales de las empresas que más frecuentemente adoptan estas avanzadas herramientas se superponen con aquellas en las que la utilización de la Inteligencia Artificial es más común en un contexto general. Específicamente, estas áreas incluyen **marketing y ventas, desarrollo de productos y servicios**, así como **operaciones de servicio**, englobando funciones como **atención al cliente y soporte administrativo**. Esta tendencia subraya la estrategia de las organizaciones al dirigir estas herramientas disruptivas hacia los sectores que poseen un considerable potencial para la creación de valor. Según investigaciones anteriores, estas tres áreas, junto con la ingeniería de software, tienen el potencial de contribuir con aproximadamente el 75 por ciento del valor total anual en el contexto de casos de uso de la Inteligencia Artificial generativa.

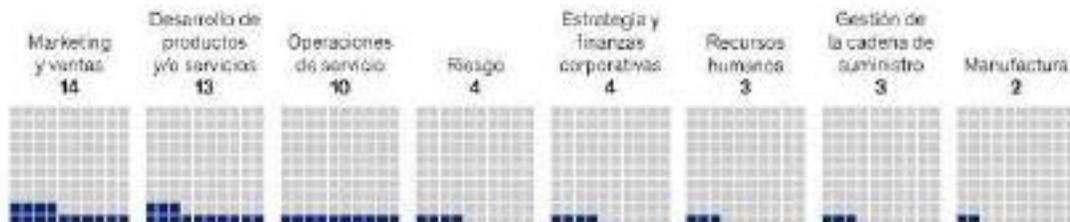
A continuación, se adjunta un gráfico que presenta los resultados de la encuesta realizada por McKinsey & Company para brindar una representación visual de estos hallazgos.

Gráfico 1:



Los usos más comunes de las herramientas de IA generativa se encuentran en el marketing y las ventas, el desarrollo de productos y servicios, y las operaciones de servicio

Proporción de encuestados que reportan que su organización usa regularmente la IA generativa en una función determinada.¹ 95



Casos de uso de IAG reportados con mayor frecuencia dentro de la función, % de encuestados

Marketing y ventas	Desarrollo de productos y/o servicios	Service operations
Elaborar primeros borradores de documentos de texto 9	Identificar tendencias en las necesidades de los clientes 7	Uso de chatbots (p. ej., para atención al cliente) 6
Marketing personalizado 6	Redactar documentos técnicos 5	Pronosticar tendencias o anomalías del servicio 5
Resumir documentos de texto 6	Crear nuevos diseños de productos 4	Crear primeros borradores de documentos 5

Fuente: Chui, M., Yee, L., Hall, B., Singla, A., & Sukharevsky, A. (2023, 1 de agosto). El estado de la IA en 2023: El año clave de la IA Generativa. Gráfico. McKinsey & Company.

Sección 3: IA en los Emprendimientos: Diseño y Desarrollo del Plan de Negocios

La Inteligencia Artificial (IA) no solo ha transformado las operaciones empresariales establecidas, sino que también ha abierto nuevas oportunidades para los emprendedores que buscan materializar sus ideas y establecer sus propios negocios. En esta sección, se explora cómo la IA ha impactado positivamente en el mundo de los emprendimientos, concentrándose en el diseño y desarrollo de un plan de negocios sólido.



- Análisis Predictivo: La IA puede analizar grandes conjuntos de datos históricos y actuales para prever tendencias del mercado, comportamientos del consumidor y cambios en la industria. Este análisis predictivo proporciona una base sólida para la planificación estratégica y la anticipación de posibles desafíos.
- Identificación de Oportunidades de Mercado: Al procesar datos de mercado, la IA puede identificar oportunidades específicas y nichos no explotados. Esto ayuda a los emprendedores a diseñar estrategias que capitalicen estas oportunidades, aumentando las posibilidades de éxito.
- Personalización de Estrategias: La IA permite la personalización de estrategias de negocios según las características específicas del emprendimiento y su mercado objetivo. Desde la fijación de precios hasta las estrategias de marketing, la personalización aumenta la relevancia y la efectividad.
- Optimización de recursos: La planificación financiera es esencial en cualquier plan de negocios. La IA puede optimizar la asignación de recursos, ofreciendo recomendaciones sobre cómo maximizar eficientemente el uso de presupuestos limitados y reducir costos innecesarios.
- Análisis de Competencia: La IA puede realizar un análisis exhaustivo de la competencia, identificando fortalezas y debilidades. Este conocimiento profundo ayuda a los



emprendedores a diferenciar sus productos o servicios y a desarrollar estrategias competitivas sólidas.

- Evaluación de Riesgos: La IA puede evaluar riesgos potenciales al analizar escenarios futuros. Esto permite a los emprendedores anticipar posibles obstáculos y desarrollar estrategias de mitigación de riesgos en sus planes de negocios.
- Creación de Contenido Persuasivo: Al generar contenido persuasivo para presentaciones y propuestas, la IA puede ayudar a los emprendedores a comunicar de manera efectiva la propuesta de valor de su negocio. Esto es especialmente crucial al buscar inversionistas y socios.
- Mejora Continua: La IA puede monitorear continuamente el rendimiento del negocio, analizar los resultados frente a las metas establecidas y ofrecer recomendaciones para ajustes. Esto facilita la mejora continua del plan de negocios a medida que evolucionan las condiciones del mercado.

En última instancia, la integración de la IA en el diseño y desarrollo de un plan de negocios para emprendimientos no solo puede mejorar la eficiencia operativa, sino que también aumenta la capacidad de adaptación y la probabilidad de éxito. Los emprendedores pueden aprovechar estas capacidades para crear planes de negocios más sólidos, informados y orientados hacia el logro de sus objetivos a largo plazo.



Por último, la IA ha nivelado el campo de juego para los emprendedores al ofrecer herramientas avanzadas que antes solo estaban al alcance de las grandes empresas. A medida que la tecnología continúa evolucionando, es probable que la IA siga desempeñando un papel cada vez más importante en el éxito de los emprendimientos y en la materialización de ideas innovadoras.

Paso 2: Definición de la estructura del Plan de Negocios.

En el proceso de diseñar y desarrollar un Plan de Negocios para un emprendimiento que se apoya en la Inteligencia Artificial como herramienta fundamental, surge una etapa crítica: la definición anticipada de su estructura. Esta fase cobra especial relevancia debido a la observación de diferencias sustanciales en los enfoques proporcionados por distintos chatbots, como el Chat GPT, Bard y Bing, al abordar esta tarea vital. Tras experimentar con varios chatbots, se ha confirmado la necesidad imperante de establecer primero una estructura sólida para el plan de negocios antes de continuar con su desarrollo.

La razón subyacente detrás de esta necesidad radica en la importancia de establecer una base sólida y coherente desde el inicio del proceso de planificación. Al definir con anterioridad la estructura del Plan de Negocios, se logra una serie de beneficios significativos, que se mencionan a continuación:

La claridad y coherencia se vuelven elementos clave en la presentación del plan. La estructura predefinida proporciona una guía clara para organizar la información de manera lógica, lo que facilita su comprensión tanto para los emprendedores como para cualquier persona que interactúe con el plan, como inversores, socios o colaboradores.

Además, al determinar previamente las secciones y temas que se abordarán en el plan, se asegura que se preste atención a los aspectos más críticos del negocio. Esto evita la omisión de información



importante y garantiza que se analicen adecuadamente todos los componentes esenciales del emprendimiento.

La eficiencia en la elaboración del plan también es un beneficio destacado. Al tener una estructura claramente definida, los emprendedores pueden concentrarse en la recopilación y presentación de datos pertinentes, en lugar de gastar tiempo en decidir cómo organizar la información. Esto agiliza el proceso de elaboración del plan.

Asimismo, una estructura coherente y reconocible en el Plan de Negocios facilita la comunicación con terceros, como inversores y socios comerciales. Los potenciales interesados pueden navegar de manera más eficiente por el documento y comprender mejor la propuesta de negocio.

Por último, la definición previa de la estructura del plan permite una evaluación más precisa del mismo y la identificación de áreas de mejora. Esto posibilita una revisión y actualización más efectiva a medida que evoluciona el negocio, lo que contribuye al éxito a largo plazo del emprendimiento basado en la Inteligencia Artificial.

Debido a los beneficios planteados, se ha optado por adoptar la estructura de un Plan de Negocios basado en las directrices establecidas por CENADMIN, la cual se encuentra detallada en el marco teórico de este trabajo.

Estructura del Plan de Negocios a utilizar:

- A. Resumen Ejecutivo.
- B. Descripción del Negocio.
- C. Producto o Servicio.



- D. Descripción del Sector.
- E. Estrategias de comercialización.
- F. Gestión y Personal.
- G. Protección Normativa.
- H. Plan de Puesta en Marcha.
- I. Análisis de Riesgo.
- J. Plan económico financiero.
- K. Información Adicional.

Paso 3: Selección de herramienta de IA a utilizar

Este proceso se centra en cumplir el objetivo de examinar cuál herramienta de Inteligencia Artificial es la más eficaz para la creación y elaboración de un plan de negocios, a través de una investigación exhaustiva y pruebas. Para lograr esto, se divide en **dos etapas específicas**:

1) Investigación y selección de la Inteligencia Artificial a utilizar.

2) Evaluación de la Inteligencia Artificial.

1) Investigación y selección de la IA a utilizar

Para llevar a cabo el trabajo, se decidió continuar con IA Generativa, la cual permite la creación de contenido. Tres de las IA más conocidas de este tipo son: Chat GPT, Bard y Bing.

Chat GPT



Chat GPT (Generative Pre-trained Transformer for Chat) es un modelo de lenguaje basado en inteligencia artificial desarrollado por OpenAI. Este modelo está diseñado para comprender y generar texto de manera coherente y contextualmente relevante en conversaciones con usuarios. Utiliza el aprendizaje profundo y se entrena en grandes cantidades de datos textuales para poder mantener diálogos naturales con las personas, proporcionando respuestas a preguntas, generando contenido, asistiendo en tareas de atención al cliente y mucho más. Chat GPT es ampliamente utilizado en aplicaciones que requieren procesamiento de lenguaje natural y generación de texto, y se ha convertido en una herramienta valiosa en una variedad de campos.

Las **funcionalidades** de Chat GPT varían según la versión, por lo que a continuación se detallan las capacidades de Chat GPT 3.5 y Chat GPT 4:

Chat GPT 3.5

Chat GPT 3.5 es una versión anterior pero aún poderosa del modelo de lenguaje de OpenAI. Ofrece las siguientes funcionalidades:

- **Generación de Texto:** Chat GPT 3.5 es capaz de generar texto coherente y contextualmente relevante en función de las entradas proporcionadas.
- **Procesamiento del Lenguaje Natural:** Puede comprender y responder a preguntas en lenguaje natural.
- **Conversación Interactiva:** Permite la participación en diálogos interactivos, sosteniendo conversaciones con los usuarios.
- **Asistencia en Tareas de Escritura:** Ayuda en la generación de contenido, cómo escribir artículos, resúmenes, respuestas a preguntas, entre otros.



- **Atención al Cliente Automatizada:** Se utiliza en aplicaciones de atención al cliente para proporcionar respuestas automáticas a consultas comunes.
- **Creación de Texto Creativo:** Puede ser utilizado para escribir poesía, narrativa, guiones y otros tipos de contenido creativo.

Chat GPT 4

Chat GPT 4 es una versión más avanzada y mejorada de la tecnología de generación de lenguaje. Ofrece las funcionalidades de la versión 3.5 y algunas mejoras adicionales, que incluyen:

- **Mejora en la coherencia y contextualización:** Chat GPT 4 tiene una mayor capacidad para mantener conversaciones coherentes y contextualmente relevantes, lo que lo hace más adecuado para diálogos largos y complejos.
- **Generación de Respuestas Más Precisas:** La versión 4 tiende a producir respuestas más precisas y pertinentes.
- **Comprensión Contextual Avanzada:** Es capaz de entender y recordar mejor el contexto de las conversaciones anteriores.
- **Uso de Instrucciones Más Amplias:** Puede procesar instrucciones más largas y complejas para realizar tareas específicas.
- **Mayor Cantidad de Conocimientos:** Chat GPT 4 está mejor informado y puede proporcionar respuestas basadas en una gama más amplia de conocimientos.
- **Conversaciones Más Naturales:** Las conversaciones con Chat GPT 4 tienden a sentirse más naturales y fluidas.



En resumen, Chat GPT 3.5 y Chat GPT 4 comparten muchas funcionalidades clave relacionadas con la generación de texto, el procesamiento de lenguaje natural y la capacidad de mantener conversaciones interactivas. Sin embargo, Chat GPT 4 ofrece mejoras significativas en términos de coherencia, precisión y comprensión contextual avanzada.

Cabe destacar que la utilización de Chat GPT 4 conlleva un **costo**, con una tarifa de suscripción mensual de 20 dólares. Por otro lado, la versión de Chat GPT 3.5 está disponible de forma gratuita.

Para obtener acceso a ambas versiones, es imprescindible que los usuarios procedan a registrarse en el sitio web oficial de OpenAI, siguiendo el proceso de inscripción. Como alternativa, existe la posibilidad de utilizar una cuenta de Gmail para el registro. Puedes acceder a la página de OpenAI a través del siguiente enlace: <https://chat.openai.com>

Bard

Bard es un modelo de lenguaje generativo desarrollado por Google AI. Se trata de un modelo de aprendizaje automático entrenado para generar texto, traducir idiomas y responder a preguntas como lo realizan las personas. El mismo puede generar texto de alta calidad, tanto en términos de corrección gramatical como de contenido informativo. También puede traducir idiomas con precisión y responder a preguntas de forma informativa, incluso si son abiertas, desafiantes o extrañas.



Bard es una herramienta poderosa que puede ser utilizada para una variedad de propósitos, incluyendo:

- **Creación de contenido:** Bard puede ser utilizado para crear contenido creativo, como poemas, código, guiones, piezas musicales, correo electrónico, cartas, etc.
- **Traducción:** Bard puede ser utilizado para traducir idiomas de forma rápida y precisa.
- **Investigación:** Bard puede ser utilizado para acceder y procesar información de manera rápida y eficiente, lo que puede ser útil para la investigación académica.
- **Aprendizaje:** Bard puede ser utilizado para aprender sobre diferentes temas, lo que puede ser útil para el aprendizaje personal o profesional.

Las funcionalidades de Bard incluyen:

- **Generación de texto:** Bard puede generar texto de alta calidad, tanto en términos de corrección gramatical como de contenido informativo. Puede generar diferentes formatos de texto creativo, como poemas, código, guiones, piezas musicales, correo electrónico, cartas, etc.
- **Traducción:** Bard puede traducir idiomas con precisión. Puede traducir entre más de 100 idiomas, incluyendo el español, el inglés, el francés, el alemán, el chino, el japonés y el coreano.
- **Respuesta a preguntas:** Bard puede responder a preguntas de forma informativa, incluso si son abiertas, desafiantes o extrañas. Puede acceder y procesar información de la web para proporcionar respuestas completas y relevantes.



La versión actual de Bard es la 2.0. Esta versión fue lanzada en agosto de 2023. La versión 2.0 incluye una serie de mejoras, incluyendo:

-Mejora de la precisión de la generación de texto: Bard puede generar texto de mayor calidad, tanto en términos de corrección gramatical como de contenido informativo.

-Mejora de la precisión de la traducción: Bard puede traducir idiomas con mayor precisión.

-Mejora de la capacidad de respuesta a preguntas: Bard puede responder a preguntas de forma más informativa y completa.

Para acceder a Bard, el usuario debe cumplir ciertos requisitos y seguir los pasos que se mencionan a continuación:

Requisitos

- Para acceder a Bard, se requiere una cuenta de Google personal gestionada de manera independiente o una cuenta de Google Workspace en la que el administrador haya habilitado el acceso a Bard. No es posible utilizar Bard con una cuenta de Google administrada a través de Family Link ni con una cuenta de Google Workspace for Education destinada a menores de 18 años.

- Es necesario ser mayor de 18 años para utilizar Bard.

- Se debe utilizar un navegador compatible, como Chrome, Safari, Firefox, Opera o Edgium.

Cómo acceder a Bard

1. Para acceder a Bard, el usuario debe visitar:



<https://bard.google.com/chat>

2. En la esquina superior derecha de la página, se debe seleccionar la opción "Acceder".
3. Luego, se procede a iniciar sesión con la cuenta de Google personal correspondiente.

Por otro lado, en el sitio web oficial de Bard, la compañía "Google" enfatiza claramente que "**Bard no es un ser humano**". Esta aclaración significa que, aunque Bard puede comunicarse de manera similar a una persona real, no puede llevar a cabo las siguientes acciones:

- Reemplazar a las personas significativas en tu vida, como familiares, amigos, profesores o médicos.
- Realizar tus responsabilidades laborales en tu lugar.
- Tomar decisiones cruciales en tu vida.

Esto nos lleva a reflexionar, sobre la importancia del conocimiento crítico. A pesar de que las IA son herramientas poderosas, no pueden igualar la empatía, la intuición y el juicio humanos. Esto resalta la necesidad de mantener habilidades de pensamiento crítico y toma de decisiones informadas en un mundo cada vez más tecnológico. La tecnología es valiosa, pero nunca debe sustituir la esencia de la toma de decisiones y relaciones significativas de las personas.

Bing

Bing es un **motor de búsqueda** en línea desarrollado por Microsoft. Se destaca como una herramienta líder en la búsqueda de información en la web, ofreciendo a los usuarios la capacidad de encontrar de manera efectiva y eficiente una amplia variedad de contenido en línea. Bing rastrea y



organiza meticulosamente sitios web, imágenes, videos, noticias y otros recursos en Internet, proporcionando resultados precisos y relevantes en respuesta a las consultas de búsqueda.

Además de su sólida funcionalidad de búsqueda, Bing se distingue por sus características adicionales que mejoran la experiencia del usuario. Estas incluyen resultados en tiempo real, búsqueda de imágenes y una estrecha integración con otros servicios y productos de Microsoft. Esta plataforma se ha convertido en una herramienta valiosa para profesionales y usuarios en general, proporcionando acceso rápido y preciso a la información en línea.

A continuación, se describen algunas de las funcionalidades clave de Bing:

- **Búsqueda en la Web:** Bing permite a los usuarios buscar información en Internet utilizando palabras clave o frases. Proporciona resultados precisos y relevantes, incluyendo sitios web, noticias, imágenes, videos y más.
- **Búsqueda de Imágenes:** Los usuarios pueden buscar imágenes en línea utilizando Bing. Además, ofrece una función de búsqueda de imágenes inversa, que permite cargar una imagen para encontrar información relacionada.
- **Búsqueda de Videos:** Bing facilita la búsqueda de videos en la web. Los usuarios pueden encontrar videos relacionados con sus consultas de búsqueda.
- **Resultados en Tiempo Real:** Bing proporciona resultados en tiempo real para noticias, eventos deportivos y otros eventos en vivo, lo que lo convierte en una fuente valiosa de información actualizada.
- **Mapas y Direcciones:** Bing ofrece un servicio de mapas y direcciones, similar a otros servicios de mapas en línea. Los usuarios pueden buscar lugares, obtener direcciones y explorar mapas interactivos.



En cuanto a las versiones de Bing, Microsoft actualiza y mejora constantemente su motor de búsqueda, por lo que no existen versiones específicas numeradas, como en el caso de algunos otros productos de software. En su lugar, Bing se mantiene actualizado y se le agregan nuevas características y funcionalidades a medida que evoluciona. El mismo es sin costo para su utilización.

Los usuarios pueden acceder a Bing a través de su sitio web oficial o mediante la integración de la función de búsqueda en productos y servicios de Microsoft, como Windows y Office.

Para acceder a Bing:

1. Ingresar a la página: <https://www.microsoft.com/es-es/edge/features/bing-chat?form=MT00D8>
2. Hacer clic en el botón “Abrir Microsoft Edge”
3. El usuario debe crear una cuenta con un correo electrónico de Hotmail.

2)Evaluación de la Inteligencia Artificial

A través de investigaciones en línea, se ha identificado una variedad de opciones en el campo de la Inteligencia Artificial, lo que plantea la siguiente pregunta: ¿Cuál de estas alternativas es la más idónea para abordar esta tarea específica?

Con el objetivo de responder a esta interrogante, se han seleccionado tres chatbots para llevar a cabo una evaluación de las diferentes herramientas disponibles para la elaboración de un plan de negocios: Chat GPT 3.5, Bard y Bing. Este análisis se basa en la estructura previamente establecida en el



Paso N°2 de este trabajo. Antes de proceder, se detallarán los **Criterios de Evaluación** que se utilizarán para guiar la elección entre las tres herramientas de IA. Estos criterios se presentan a continuación:

1. Calidad de Respuesta

- Precisión en las respuestas proporcionadas, sin sesgos.
- Coherencia y fluidez en el lenguaje utilizado.
- Capacidad para generar contenido relevante, útil y actualizado.
- Que brinde información actualizada.

2. Funcionalidad

- Gama de características disponibles, como el procesamiento del lenguaje natural, generación de texto, traducción, etc.
- Capacidad de adaptarse a diferentes tipos de tareas relacionadas con la elaboración de un plan de negocios.

3. Facilidad de Uso

- Interfaz de usuario intuitiva y amigable.
- Facilidad para integrar la IA en tus procesos de trabajo.

¿Qué tan fácil es usar la herramienta? ¿Requiere conocimientos técnicos avanzados o es accesible para usuarios con diferentes niveles de habilidad?



4. Costo

- Análisis detallado de los costos asociados, incluyendo tarifas de suscripción, costos de implementación y mantenimiento a largo plazo.

5. Tiempo de Respuesta

- Velocidad en la generación de respuestas o resultados.
- Cumplimiento de plazos para tareas específicas del plan de negocios.

6. Capacidad de Personalización

- Posibilidad de ajustar y entrenar el modelo para satisfacer tus necesidades específicas de negocio.

8. Seguridad y Privacidad

- Garantía de que los datos y la información confidencial estén protegidos de acuerdo con las regulaciones aplicables.

9. Soporte Técnico y Actualizaciones

- Disponibilidad de soporte técnico y calidad del servicio al cliente proporcionado por el proveedor.

- Frecuencia y calidad de las actualizaciones y mejoras.

10. Historial y Reputación del Proveedor



- Experiencia y confiabilidad del proveedor en el campo de la Inteligencia Artificial.
- Evaluación de la reputación, la satisfacción del cliente y las revisiones de otros usuarios.

11. Escalabilidad

Capacidad de la IA para adaptarse a las necesidades en crecimiento de tu negocio.

12. Efectividad en Tareas Específicas

Evaluación de cómo cada IA se desempeña en tareas relacionadas con la creación de un plan de negocios, como análisis de mercado, generación de informes financieros, recomendaciones estratégicas, entre otros.

13. Idiomas soportados

¿La herramienta soporta múltiples idiomas o está limitada a uno o unos pocos?

14. Variedad de respuestas

¿La herramienta ofrece una variedad de respuestas para que el usuario escoja la más adecuada?

15. Almacenamiento y Gestión del Historial de Chats

Este criterio se enfoca en evaluar la capacidad de la IA para mantener un registro de las conversaciones anteriores, permitiendo a los usuarios continuar una conversación a pesar de cerrar la aplicación y recuperar contextos previos de manera efectiva.



A continuación, se realiza el análisis teniendo en cuenta los criterios antes mencionados.

Análisis de ChatGPT 3.5 para la elaboración de planes de negocios

- **Calidad de Respuesta:** ChatGPT 3.5 ofrece una buena calidad de respuesta en general. Las respuestas son precisas, coherentes y fluidas, y suelen ser relevantes y útiles para el usuario. Sin embargo, en algunos casos, las **respuestas pueden ser sesgadas o contener información desactualizada.**

- **Funcionalidad:** ChatGPT 3.5 ofrece una gama de funcionalidades que pueden ser útiles para la elaboración de planes de negocios. Estas incluyen:

-Procesamiento del lenguaje natural: ChatGPT 3.5 puede entender y responder a una amplia gama de indicaciones y preguntas, incluso si son abiertas, desafiantes o extrañas.

-Generación de texto: ChatGPT 3.5 puede generar texto de alta calidad, tanto en términos de corrección gramatical como de contenido informativo.

-Traducción: ChatGPT 3.5 puede traducir entre más de 100 idiomas.

ChatGPT 3.5 también puede realizar tareas específicas relacionadas con la elaboración de planes de negocios, como:

-Análisis de mercado: ChatGPT 3.5 puede proporcionar información sobre el mercado objetivo, la competencia y las tendencias del sector.



-Generación de informes financieros: ChatGPT 3.5 puede generar informes financieros, como estados de resultados, balances y flujos de caja.

-Recomendaciones estratégicas: ChatGPT 3.5 puede proporcionar recomendaciones estratégicas para el negocio, como estrategias de crecimiento, marketing y ventas.

- **Facilidad de Uso:** Tiene una interfaz de usuario intuitiva y amigable. Es fácil de aprender a usar y no requiere conocimientos técnicos avanzados.

- **Costo:** Está disponible en versión gratuita.

- **Tiempo de Respuesta:** Suele generar respuestas de forma rápida y eficiente.

En general, cumple con los plazos para tareas específicas del plan de negocios.

- **Capacidad de Personalización:** ChatGPT 3.5 se puede personalizar para satisfacer las necesidades específicas de cada negocio. **El usuario puede ajustar el modelo de lenguaje para que genere respuestas más relevantes y útiles para su negocio.**

- **Seguridad y Privacidad:** ChatGPT 3.5 utiliza medidas de seguridad avanzadas para proteger los datos y la información confidencial del usuario.

- **Soporte Técnico y Actualizaciones:** ChatGPT 3.5 ofrece soporte técnico y actualizaciones regulares. El soporte técnico está disponible a través de un portal web y un chat en vivo. Las actualizaciones incluyen nuevas funcionalidades y mejoras.

- **Historial y Reputación del Proveedor:** La empresa OpenAI, desarrolladora de ChatGPT 3.5, tiene una amplia experiencia en el campo de la Inteligencia Artificial. La empresa cuenta con una buena reputación y su producto ha sido bien recibido por los usuarios.



- **Escalabilidad:** ChatGPT 3.5 es escalable y puede adaptarse a las necesidades en crecimiento de un negocio. El modelo de lenguaje se puede entrenar con más datos para mejorar su rendimiento.
- **Efectividad en Tareas Específicas:** ChatGPT 3.5 ha demostrado ser efectivo en tareas relacionadas con la elaboración de planes de negocios, como análisis de mercado, generación de informes financieros y recomendaciones estratégicas.
- **Idiomas soportados:** ChatGPT 3.5 actualmente soporta 26 idiomas.
- **Variedad de respuestas:** Suele ofrecer una variedad de respuestas para que el usuario escoja la más adecuada.
- **Almacenamiento y Gestión del Historial de Chats:** ChatGPT 3.5 mantiene un registro de las conversaciones anteriores. Esto permite a los usuarios continuar una conversación a pesar de cerrar la aplicación y recuperar contextos previos de manera efectiva.

Conclusión

ChatGPT 3.5 ofrece una buena calidad de respuesta, funcionalidad y facilidad de uso. Es una herramienta útil para la elaboración de planes de negocios, ya que puede realizar tareas específicas relacionadas con este proceso.

Recomendaciones

ChatGPT 3.5 es una opción sólida para emprendedores o empresas que buscan una IA para la elaboración de planes de negocios. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la herramienta



puede ser sesgada o contener información desactualizada en algunos casos. Por lo tanto, es recomendable verificar la información proporcionada por ChatGPT 3.5 con otras fuentes.

Análisis de Bard para la elaboración de planes de negocios

- **Calidad de Respuesta:** Bard ofrece una excelente calidad de respuesta en general. Las respuestas son precisas, coherentes y fluidas, y suelen ser relevantes y útiles para el usuario. En algunos casos, las respuestas pueden ser sesgadas o contener información desactualizada, pero en general, Bard es una herramienta muy fiable.

- **Funcionalidad:** Bard ofrece una gama de funcionalidades que pueden ser útiles para la elaboración de planes de negocios. Estas incluyen:

- Procesamiento del lenguaje natural: Bard puede entender y responder a una amplia gama de indicaciones y preguntas, incluso si son abiertas, desafiantes o extrañas.

- Generación de texto: Bard puede generar texto de alta calidad, tanto en términos de corrección gramatical como de contenido informativo.

- Traducción: Bard puede traducir entre más de 100 idiomas.

Bard también puede realizar tareas específicas relacionadas con la elaboración de planes de negocios, como:

- Análisis de mercado: Bard puede proporcionar información sobre el mercado objetivo, la competencia y las tendencias del sector.



-Generación de informes financieros: Bard puede generar informes financieros, como estados de resultados, balances y flujos de caja.

-Recomendaciones estratégicas: Bard puede proporcionar recomendaciones estratégicas para el negocio, como estrategias de crecimiento, marketing y ventas.

- **Facilidad de Uso:** Bard tiene una interfaz de usuario intuitiva y amigable. Es fácil de aprender a usar y no requiere conocimientos técnicos avanzados.
- **Costo:** Bard es una herramienta gratuita para uso personal y comercial.
- **Tiempo de Respuesta:** Bard suele generar respuestas de forma rápida y eficiente. En general, cumple con los plazos para tareas específicas del plan de negocios.
- **Capacidad de Personalización:** Bard se puede personalizar para satisfacer las necesidades específicas de cada negocio. El usuario puede ajustar el modelo de lenguaje para que genere respuestas más relevantes y útiles para su negocio.
- **Seguridad y Privacidad:** Bard utiliza medidas de seguridad avanzadas para proteger los datos y la información confidencial del usuario.
- **Soporte Técnico y Actualizaciones:** Bard ofrece soporte técnico y actualizaciones regulares. El soporte técnico está disponible a través de un portal web y un chat en vivo. Las actualizaciones incluyen nuevas funcionalidades y mejoras.
- **Historial y Reputación del Proveedor:** Google, desarrolladora de Bard, tiene una amplia experiencia en el campo de la Inteligencia Artificial. La empresa cuenta con una buena reputación y su producto ha sido bien recibido por los usuarios.



- **Escalabilidad:** Bard es escalable y puede adaptarse a las necesidades en crecimiento de un negocio. El modelo de lenguaje se puede entrenar con más datos para mejorar su rendimiento.
- **Efectividad en Tareas Específicas:** Bard ha demostrado ser efectivo en tareas relacionadas con la elaboración de planes de negocios, como análisis de mercado, generación de informes financieros y recomendaciones estratégicas.
 - **Idiomas soportados:** Bard actualmente soporta 26 idiomas.
 - **Variedad de respuestas:** Bard suele ofrecer una variedad de respuestas para que el usuario escoja la más adecuada.
 - **Almacenamiento y Gestión del Historial de Chats:** Bard mantiene un registro de las conversaciones anteriores. Esto permite a los usuarios continuar una conversación a pesar de cerrar la aplicación y recuperar contextos previos de manera efectiva.

Conclusión

Bard es una IA conversacional que ofrece una excelente calidad de respuesta, funcionalidad y facilidad de uso. Es una herramienta muy útil para la elaboración de planes de negocios, ya que puede realizar tareas específicas relacionadas con este proceso.

Recomendaciones

Bard es una buena opción para empresas de todos los tamaños que buscan una IA conversacional para la elaboración de planes de negocios. Es una herramienta fiable, versátil y fácil de usar.



Sin embargo, es importante tener en cuenta que Bard aún se encuentra en desarrollo y es posible que sus respuestas no sean siempre perfectas. Por lo tanto, es recomendable verificar la información proporcionada por Bard con otras fuentes.

Análisis de Bing para la elaboración de planes de negocios

- **Calidad de Respuesta:** Bing ofrece una buena calidad de respuesta en general. Las respuestas son precisas, coherentes y fluidas, y suelen ser relevantes y útiles para el usuario. Sin embargo, en algunos casos, las respuestas pueden ser sesgadas o contener información desactualizada.

- **Funcionalidad:** Bing es un motor de búsqueda, por lo que su funcionalidad se centra en proporcionar resultados relevantes a las consultas de los usuarios. En este sentido, Bing ofrece una gama de funcionalidades que pueden ser útiles para la elaboración de planes de negocios. Estas incluyen:

- Búsqueda de texto: Bing puede buscar texto en la web y proporcionar resultados relevantes.

- Búsqueda de imágenes: Bing puede buscar imágenes en la web y proporcionar resultados relevantes.

- Búsqueda de vídeos: Bing puede buscar vídeos en la web y proporcionar resultados relevantes.



-Búsqueda de noticias: Bing puede buscar noticias en la web y proporcionar resultados relevantes.

-Búsqueda de mapas: Bing puede proporcionar mapas y direcciones.

-Búsqueda de compras: Bing puede ayudar a los usuarios a encontrar productos y precios.

-Búsqueda de viajes: Bing puede ayudar a los usuarios a planificar viajes.

Bing también puede realizar tareas específicas relacionadas con la elaboración de planes de negocios, como ser un Análisis de mercado, en donde esta herramienta puede proporcionar información sobre el mercado objetivo, la competencia y las tendencias del sector. También es útil para la búsqueda de fuentes fiables.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que estas funcionalidades se basan en la información que se encuentra disponible en la web. Por lo tanto, la calidad de las respuestas de Bing puede variar en función de la calidad de la información disponible.

- **Facilidad de Uso:** Bing tiene una interfaz de usuario intuitiva y amigable. Es fácil de aprender a usar y no requiere conocimientos técnicos avanzados.
- **Costo:** Bing es una herramienta gratuita para uso personal y comercial.
- **Tiempo de Respuesta:** Bing suele generar respuestas de forma rápida y eficiente. En general, cumple con los plazos para tareas específicas del plan de negocios.
- **Capacidad de Personalización:** Bing no se puede personalizar para satisfacer las necesidades específicas de cada negocio.



- **Seguridad y Privacidad:** Bing utiliza medidas de seguridad avanzadas para proteger los datos y la información confidencial del usuario.
- **Soporte Técnico y Actualizaciones:** Bing ofrece soporte técnico y actualizaciones regulares. El soporte técnico está disponible a través de un portal web y un chat en vivo. Las actualizaciones incluyen nuevas funcionalidades y mejoras.
- **Historial y Reputación del Proveedor:** Microsoft, desarrolladora de Bing, tiene una amplia experiencia en el campo de la Inteligencia Artificial. La empresa cuenta con una buena reputación y su producto ha sido bien recibido por los usuarios.
- **Escalabilidad:** Bing es escalable y puede adaptarse a las necesidades en crecimiento de un negocio.
- **Efectividad en Tareas Específicas:** Bing ha demostrado ser efectivo en tareas relacionadas con la elaboración de planes de negocios, como análisis de mercado y generación de informes financieros.
- **Idiomas soportados:** Bing actualmente soporta 26 idiomas.
- **Variedad de respuestas:** Bing suele ofrecer una variedad de respuestas para que el usuario escoja la más adecuada.
- **Almacenamiento y Gestión del Historial de Chats:** Bing no es una herramienta de chat, por lo que no se aplica a la gestión de historiales de chats.

Conclusión

Bing es un motor de búsqueda en línea versátil y eficaz que ofrece resultados precisos y actualizados. Su facilidad de uso y gratuidad lo hacen accesible para un amplio espectro de usuarios.



Sin embargo, su capacidad de personalización es limitada, ya que está diseñado principalmente para búsquedas generales. Bing es una herramienta valiosa para recopilar información y datos relevantes en la elaboración de un plan de negocios.

Recomendaciones

Bing es una buena opción para empresas que buscan una IA gratuita y fácil de usar para la elaboración de planes de negocios. Sin embargo, las empresas que necesitan una herramienta más completa o personalizable pueden considerar otras opciones.

Consideraciones específicas para Bing como motor de búsqueda: La calidad de las respuestas de Bing depende de la calidad de la información disponible en la web.

- Bing es una herramienta muy útil para realizar tareas de investigación, como análisis de mercado.
- Bing puede ser una **herramienta complementaria** a una IA generativa específica para la elaboración de planes de negocios. Por ejemplo, una empresa puede utilizar Bing para realizar una investigación sobre el mercado objetivo, la competencia y las tendencias del sector. Luego, puede utilizar Chat GPT.

A modo de resumen, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 1: Resumen del análisis de cada Herramienta IA



Criterio	ChatGPT 3.5	Bard	Bing
Calidad de Respuesta	Buena	Excelente	Buena
Funcionalidad	Amplia	Amplia	Limitada
Facilidad de Uso	Buena	Excelente	Buena
Costo	Gratis	Gratis	Gratis
Tiempo de Respuesta	Rápido	Rápido	Rápido
Capacidad de Personalización	Sí	Sí	No
Seguridad y Privacidad	Alta	Alta	Alta
Soporte Técnico y Actualizaciones	Sí	Sí	Sí
Historial y Reputación del Proveedor	Buena	Buena	Buena
Escalabilidad	Sí	Sí	Sí
Efectividad en Tareas Específicas	Excelente	Excelente	Buena
Idiomas soportados	26	26	26
Variedad de respuestas	Sí	Sí	No
Almacenamiento y Gestión del Historial de Chats	Sí	Sí	No

Fuente: Bard

Para avanzar en el análisis, se creó una tabla que examina cada sección de un Plan de Negocios de acuerdo con la estructura elegida en el Paso N°2.

Cuadro 1: Evaluación de Herramientas de IA en las Secciones del Plan de Negocios



Sección del Plan de Negocios	ChatGPT	Bard	Bing
Resumen Ejecutivo (1-5)	4	5	3
Descripción del Negocio (1-5)	4	5	4
Producto o Servicio (1-5)	3	5	4
Descripción del Sector (1-5)	3	5	4
Estrategias de Comercialización (1-5)	4	5	4
Gestión y Personal (1-5)	4	5	4
Protección Normativa (1-5)	3	4	5
Plan de Puesta en Marcha (1-5)	3	4	5
Análisis de Riesgo (1-5)	4	5	4
Plan Económico Financiero (1-5)	4	5	4
Información Adicional (1-5)	3	5	4
TOTAL	40	54	48

Fuente: Chat GPT

Aclaraciones:

-Esta tabla representa una evaluación subjetiva de las herramientas de IA en función de cómo podrían funcionar en cada sección del plan de negocios. **La puntuación refleja la utilidad percibida en una escala del 1 al 5, donde 5 es la calificación más alta:**

- **1** significa que la herramienta tiene un desempeño bajo en la sección dada.
- **3** indica un desempeño promedio.
- **5** indica un rendimiento excepcional en la sección.



-La última fila muestra el total de puntuaciones para cada herramienta de IA en todas las secciones del plan de negocios. Esto te permite identificar cuál de las herramientas de IA ha obtenido la puntuación total más alta y, por lo tanto, podría ser la más adecuada para el plan de negocios en general.

El mismo cuadro comparativo fue realizado con Bard, brindando los mismos resultados que Chat GPT. Los datos fueron exportados a una hoja de datos de Excel para una mejor visualización.

Cuadro N°2: Evaluación de Herramientas de IA en las Secciones del Plan de Negocios

Sección del Plan de Negocios	ChatGPT	Bard	Bing
Resumen Ejecutivo (1-5)	4	5	3
Descripción del Negocio (1-5)	4	5	4
Producto o Servicio (1-5)	3	5	4
Descripción del Sector (1-5)	3	5	4
Estrategias de Comercialización (1-5)	4	5	4
Gestión y Personal (1-5)	4	5	4
Protección Normativa (1-5)	3	4	5
Plan de Puesta en Marcha (1-5)	3	4	5
Análisis de Riesgo (1-5)	4	5	4
Plan Económico Financiero (1-5)	4	5	4
Información Adicional (1-5)	3	5	4
TOTAL	40	54	48

Fuente: Bard

A continuación, se muestra una tabla adicional que detalla las ventajas y desventajas de cada IA, así como su utilidad en la creación de un Plan de Negocios, tanto en secciones individuales como en términos generales.



Cuadro N°3: Evaluación de Herramientas de IA

Aspectos	ChatGPT	Bard	Bing
Pros	* Generación rápida de contenido	* Generación de contenido de alta calidad	* Potente para investigación de mercado
	* Capacidad para responder preguntas específicas	* Estilo de escritura atractivo	* Proporciona datos estadísticos
	* Amplia base de conocimiento	* Adecuado para presentaciones persuasivas	* Amplia gama de fuentes de información
	* Puede generar contenido en diversos idiomas	* Puede adaptar el tono de voz	* Búsqueda de tendencias
Contras (Limitaciones)	* Puede generar contenido incoherente	* No tiene costo (hasta mi última actualización)	* No es una herramienta de generación de contenido
	* Requiere edición y revisión manual	* Requiere afinamiento manual	* No siempre comprende contextos muy específicos
	* Limitado en información actualizada	* No siempre comprende contextos muy específicos	* Requiere habilidades de búsqueda específicas
Utilidad por Sección del Plan de Negocios	* Resumen Ejecutivo	* Resumen Ejecutivo	* Descripción del Sector
	* Descripción del Negocio	* Descripción del Negocio	* Protección Normativa
	* Producto o Servicio	* Producto o Servicio	* Plan de Puesta en Marcha
	* Estrategias de Comercialización	* Estrategias de Comercialización	* Información Adicional
	* Gestión y Personal	* Gestión y Personal	
	* Análisis de Riesgo	* Análisis de Riesgo	
Escala de Utilidad (General)	4/5	5/5	3/5

Fuente: Bard

Pruebas y Observaciones

Luego de realizar los análisis y muchas pruebas con las distintas herramientas IA, se pudo observar lo siguiente:

Chat GPT 3.5: a pesar de ser la versión gratuita con ciertas limitaciones en comparación con la versión de pago (Chat GPT 4), proporciona respuestas elaboradas, coherentes y creativas. No obstante, es esencial tener en cuenta que la información se encuentra actualizada solo hasta un período específico, actualmente hasta enero de 2022. Otra limitación a considerar es que en ocasiones las respuestas



generadas pueden mostrar sesgos. Por consiguiente, se aconseja llevar a cabo una revisión meticulosa de las respuestas producidas por esta herramienta para garantizar la precisión y su pertinencia a las necesidades del usuario.

Bard: comparte muchas similitudes con las observaciones realizadas sobre Chat GPT, con la excepción de que Bard se destaca por proporcionar información actualizada. Además, Bard ofrece respuestas de calidad, aunque es importante destacar que Chat GPT se destaca por generar respuestas más elaboradas y profesionales. Esta diferencia en la profundidad y estilo de respuestas puede influir en la elección de la herramienta, dependiendo de las necesidades y expectativas específicas del usuario.

Cabe señalar que Bard se basa en el motor de búsqueda de Google, lo que le permite acceder a información en tiempo real directamente de la web. Esta característica puede ser particularmente útil en situaciones donde se requiere acceso a datos y acontecimientos recientes.

Bing, como **motor de búsqueda**, presenta ciertas restricciones al crear contenido creativo, a pesar de ofrecer opciones como "Chat" y "Redactar". Los textos generados por Bing no son tan precisos y pueden diferir significativamente de las respuestas proporcionadas por las otras herramientas, incluso cuando se les proporciona el mismo estímulo. Además, Bing no ofrece la funcionalidad de historial de Chat, que está disponible en herramientas como Chat GPT y Bard. Esto significa que cuando se cierra la pestaña, se corre el riesgo de perder toda la información proporcionada durante la conversación. Esta limitación puede complicar el proceso de elaboración de un Plan de Negocios, ya que se requiere precaución y atención para copiar y pegar la información en otro lugar.

Sin embargo, Bing puede ser útil como complemento de otras herramientas de IA, como Chat GPT y Bard, para:

- Búsqueda de fuentes confiables y noticias recientes.



- Investigación de mercado.
- Recopilación de datos en tiempo real.

Por lo tanto, se puede aprovechar las capacidades de búsqueda en línea y recopilación de datos actualizados, que tiene Bing, y complementar con otra herramienta IA.

En vista de estas consideraciones, se ha optado por dar continuidad al trabajo, haciendo uso de las capacidades de **Chat GPT 3.5 y Bard**, mientras se excluye la opción de **Bing** para el paso N°4, en el cual, se desarrollará el Plan de Negocios. Esta elección se basa en la intención de llevar a cabo una comparación detallada de ambas alternativas y determinar cuál de ellas ofrece la creación del plan de negocios más óptimo y efectivo. De esta manera, se busca obtener una evaluación sólida y completa de las capacidades de estas herramientas en la elaboración de un Plan de Negocios.

Paso 4: Elaboración del Plan de Negocios

En esta etapa, se pretende aplicar las herramientas de inteligencia artificial necesarias para la elaboración del Plan de Negocios destinado a la apertura de un Mercado Orgánico. Como se indicó en el Paso N°3, las herramientas de inteligencia artificial seleccionadas son Chat GPT 3.5 y Bard. Por consiguiente, se ha optado por dividir esta fase en **dos capítulos**, donde cada capítulo abordará la elaboración del Plan de Negocios por parte de cada herramienta de inteligencia artificial.

Con el fin de facilitar la comparación entre las opciones, se empleará la misma estructura de Prompts. En este contexto, se instruirá a la inteligencia artificial respecto a la estructura deseada para



desarrollar el Modelo de Negocios. En este proyecto, se ha determinado utilizar la estructura proporcionada por la **RT N°49 del Consejo Elaborador de Normas de Administración (CENADMIN)**.

Posteriormente, se orientará a la inteligencia artificial acerca de la preferencia de desarrollar el Plan de Negocios por secciones, en lugar de abordarlo en su totalidad. Además, se especificará la sección particular que se desea desarrollar. Por último, se detallará lo que establece la RT N°49 con respecto a la sección que se planea elaborar.

Se utilizará como nombre de fantasía “Green Fuit”, para hacer mención al emprendimiento, a lo largo del desarrollo de ambos capítulos.

Capítulo 1: Elaboración del Plan de Negocios utilizando “Chat GPT 3.5”

En este capítulo, se presenta en detalle la creación del modelo de negocios mediante la herramienta Chat GPT 3.5, organizado de manera segmentada. Este enfoque permite una comprensión estructurada y profunda, desglosando las distintas secciones que conforman dicho modelo empresarial. La adopción de esta metodología facilita una evaluación minuciosa y focalizada de cada aspecto, proporcionando una comprensión integral del proceso de elaboración del modelo de negocios con la influencia de la tecnología de inteligencia artificial de Chat GPT 3.5.

- **Descripción del Negocio:**

Misión, Visión, Nuestros Valores y Objetivos Estratégicos

Nuestra Misión: En GreenFruit, nos dedicamos a brindar a la comunidad de Yerba Buena frutas y verduras orgánicas de la más alta calidad, promoviendo un estilo de vida saludable y sostenible.



Nuestra Visión: Aspiramos a ser el principal referente local en productos orgánicos, fomentando una conexión más consciente con la salud y el medio ambiente.

Nuestros Valores

-Vitalidad Sostenible:

- Enfoque: Ofrecemos productos orgánicos para una vida plena.
- Compromiso: Equilibramos salud y sostenibilidad en cada elección, contribuyendo al bienestar de las personas y del planeta.

-Eco-Excelencia:

- Meta: Buscamos la excelencia en productos y prácticas sostenibles.
- Compromiso: Lideramos con responsabilidad ambiental, marcando un estándar ecológico para la industria y la comunidad.

-Frescura y Calidad:

- Compromiso: Nos esforzamos por brindar productos frescos y nutritivos.
- Enfoque* Aseguramos que cada artículo refleje la excelencia y cuidado en cada etapa, desde la cosecha hasta la presentación en nuestras estanterías.

-Equipo Verde:

- Cohesión: Formamos un equipo unido para el crecimiento sostenible.



- Compromiso: Fomentamos un entorno donde cada miembro contribuye al bienestar del equipo y al éxito conjunto, promoviendo una cultura laboral colaborativa y sostenible.

-Ética en Acción:

- Principio: Actuamos con integridad y ética en todas nuestras interacciones.

- Compromiso: Guiamos nuestras prácticas comerciales con transparencia y equidad, promoviendo relaciones sólidas y éticas con nuestros clientes, proveedores y empleados.

Objetivos Estratégicos: Nos esforzamos por consolidarnos como la opción preferida para los consumidores conscientes, a través de una cuidadosa selección de proveedores, prácticas sostenibles y un enfoque centrado en el cliente.

Historia de la Empresa y Razones para Emprender

La creación de GreenFruit surge de la escasa oferta de frutas y verduras orgánicas de calidad en el mercado local de Yerba Buena. Observando esta brecha, nos impulsó el deseo de proporcionar a la comunidad acceso a opciones alimenticias saludables y sostenibles. Con una sólida experiencia en administración y gestión comercial, y un profundo compromiso con la salud y el medio ambiente, fundamos esta empresa con la visión de marcar una diferencia positiva en la vida de nuestros clientes y en el entorno que compartimos.

Naturaleza del Proyecto



Tipo de Proyecto: [Nuevo Emprendimiento]

Nuestra empresa representa una respuesta innovadora a la falta de opciones de frutas y verduras orgánicas de calidad en la región, marcando el inicio de un proyecto dedicado a ofrecer productos de calidad que satisfagan las necesidades cambiantes de los consumidores conscientes.

Producto y/o Servicio a Brindar

En GreenFruit, nos especializamos en la oferta de frutas y verduras orgánicas de la más alta calidad. Nos enfocamos en proporcionar una selección completa de productos frescos y nutritivos, cultivados de manera sostenible y sin el uso de agroquímicos ni pesticidas.

Segmento Objetivo

Nos dirigimos a residentes de Yerba Buena y áreas circundantes que valoran la importancia de una alimentación saludable y sostenible. Nuestro segmento objetivo incluye a consumidores conscientes de la calidad de los productos que consumen y que buscan alternativas orgánicas en su dieta diaria.

Descripción del Servicio y/o Proceso de Producción

Implementaremos un proceso de selección riguroso de proveedores locales que compartan nuestros valores de sostenibilidad. Nuestro enfoque incluye prácticas de almacenamiento y exhibición que garantizan la frescura y la calidad de nuestros productos. Además, ofreceremos información educativa sobre los beneficios de una alimentación orgánica y sostenible.

Monto Inicial a Invertir



La inversión inicial estimada se destinará a la adquisición de inventario, acondicionamiento del local con un diseño sostenible, y actividades de marketing inicial para concientizar a la comunidad sobre los beneficios de los productos orgánicos. El monto total inicial se detalla en la sección financiera del plan.

Localización Geográfica

La elección de Yerba Buena se basa en su crecimiento demográfico y la falta de opciones de frutas y verduras orgánicas de calidad en la región. Estaremos ubicados estratégicamente para garantizar proximidad a proveedores locales y accesibilidad para los clientes.

Justificación del Negocio

La inversión en GreenFruit se fundamenta en la creciente demanda de productos orgánicos y la falta de opciones de frutas y verduras orgánicas de calidad en la región. Si bien buscamos ser un proveedor destacado, nuestro enfoque principal es ofrecer calidad y excelencia en productos orgánicos a precios accesibles. Estamos comprometidos a ser un referente en la industria, marcando la diferencia en la comunidad local a través de una propuesta única y responsable.

- **Producto o servicio**

Características Distintivas de los Productos y/o Servicios

En GreenFruit, nos enorgullece presentar el mercado orgánico definitivo en Yerba Buena. Nuestra propuesta única se fundamenta en:

1. GreenFruit, tu Mercado Orgánico: Somos el referente para frutas y verduras orgánicas de primera calidad, cumpliendo con las normativas más estrictas de productos orgánicos.



2. Compromiso con la Calidad: Cada producto en GreenFruit es cuidadosamente seleccionado para asegurar no solo frescura y aspecto atractivo, sino también un sabor excepcional, proporcionando una experiencia culinaria sin igual.

3. Variedad Integral: Nos esforzamos por ofrecer una amplia gama de frutas y verduras orgánicas, proporcionando a nuestros clientes la conveniencia de encontrar todo lo que necesitan en un solo lugar.

Producción y Envases Sostenibles

En GreenFruit, nos asociamos con proveedores comprometidos con nuestros estándares de calidad y sostenibilidad:

- **Selección de Proveedores Responsables:** Establecemos asociaciones directas con productores locales comprometidos con la calidad y la sostenibilidad.

- **Envases Biodegradables:** Optamos por envases amigables con el medio ambiente, como bolsas biodegradables y cajones de madera reutilizables, reduciendo nuestra huella ambiental.

Energía Solar y Sostenibilidad en el Local Físico

Comprometidos con prácticas sostenibles, GreenFruit implementa soluciones ecológicas en su local físico:

- **Energía Solar:** Nuestro establecimiento funciona en gran parte con energía solar, reduciendo significativamente nuestra dependencia de fuentes no renovables.



-Diseño Sostenible: Incorporamos elementos de diseño que maximizan la eficiencia energética y minimizan el impacto ambiental, creando un espacio eco amigable.

Venta

Facilitamos una experiencia de compra completa y conveniente para nuestros clientes, abarcando tanto el espacio físico como la plataforma online:

1. GreenFruit, tu Espacio de Compras: Nuestro mercado físico en Yerba Buena proporciona un entorno acogedor donde los clientes pueden explorar y seleccionar productos personalmente.

2. Compra Online Simplificada: A través de nuestra plataforma online, ofrecemos a los clientes la facilidad de realizar pedidos desde la comodidad de sus hogares, garantizando la misma calidad y frescura que en la tienda física.

3. Diversidad de Medios de Pago: Aceptamos efectivo, tarjetas de débito y crédito, así como la plataforma de pago electrónico Mercado Pago, para brindar opciones de pago seguras y convenientes a nuestros clientes.

Campañas de Marketing Creativas y Saludables:

GreenFruit no solo es un mercado; es un estilo de vida saludable. Nuestras campañas de marketing fomentan hábitos saludables a través de recompensas y promociones:



-Programa de Recompensas: Premiamos a nuestros clientes por hábitos saludables, como la compra regular de frutas y verduras orgánicas, utilizando un sistema de puntos que desbloquea descuentos y regalos.

-Aplicación de Salud: Implementamos una aplicación que permite a los clientes rastrear sus hábitos saludables, como la ingesta de agua o la actividad física, para desbloquear promociones exclusivas y personalizadas.

-Promociones Temáticas: Creamos campañas temáticas que incentivan comportamientos saludables, como promociones especiales para clientes que alcancen metas específicas.

GreenFruit no es solo un mercado; es una comunidad comprometida con la salud, la sostenibilidad y la calidad, ofreciendo una experiencia de compra integral, sostenible y promoviendo activamente un estilo de vida saludable.

- **Descripción del Sector**

Tamaño del Sector

El mercado de frutas y verduras orgánicas experimenta un crecimiento constante a nivel global, proyectándose como una industria de gran relevancia económica. Aunque no se disponen de datos específicos para Yerba Buena, se espera que el mercado mundial alcance los USD 41.91 mil millones en 2023, con un crecimiento anual del 10.21% hasta 2028.



Principales Segmentos del Mercado

Este mercado se segmenta en frutas y verduras, incluyendo productos como plátanos, manzanas, bayas, tomates, papas, entre otros. Los consumidores buscan alternativas más saludables y sostenibles, dispuestos a pagar un precio premium. GreenFruit se enfocará en ofrecer una amplia variedad de frutas y verduras orgánicas, cumpliendo con las demandas del mercado local.

Proceso y Criterio de Compra

Los consumidores de frutas y verduras orgánicas priorizan la salud y la sostenibilidad en sus elecciones de compra. Factores como la frecuencia de compra, lugares habituales de compra, condiciones de compra y calidad del producto son determinantes en sus decisiones. GreenFruit busca comprender y satisfacer estas preferencias, facilitando a los clientes el acceso a productos de calidad.

Descripción de los Participantes del Sector

Aunque no se disponga de información detallada sobre competidores locales, la demanda de frutas y verduras orgánicas ha ido en aumento. Un posible competidor en la ciudad de Yerba Buena es "Mercado Gourmet" que ofrece una variedad de productos orgánicos envasados, incluyendo algunas frutas congeladas. Los consumidores destacan el sabor y la calidad superior de los productos orgánicos. GreenFruit buscará destacarse ofreciendo productos frescos y de alta calidad, diferenciándose en el mercado local.

Visión y Tendencias Claves en el Sector



Las tendencias indican un aumento en la adopción de prácticas agrícolas ecológicas, la oferta de productos orgánicos en supermercados y la preferencia por productos locales. GreenFruit estará atento a estas tendencias, adaptándose para ofrecer una propuesta alineada con las expectativas del mercado. En este contexto, GreenFruit se posiciona como un actor clave para satisfacer la creciente demanda de productos orgánicos en Yerba Buena, destacándose por su compromiso con la calidad y la frescura.

A continuación, se presenta la profundización en la descripción del sector, mediante la aplicación del modelo de las "5 fuerzas competitivas" de Michael E. Porter y la realización de un Análisis FODA, empleando Chat GPT 3.5 como herramienta de desarrollo.

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter para "GreenFruit":

1. Poder de Negociación de los Clientes:

- Descripción: Dado que GreenFruit es una propuesta única y especializada en frutas y verduras orgánicas en Yerba Buena, los consumidores tienen opciones limitadas en el momento de su apertura. Esto podría disminuir su poder de negociación, especialmente si GreenFruit se posiciona como líder en calidad y variedad.

- Impacto en GreenFruit: Bajo a Moderado

2. Poder de Negociación de los Proveedores:

- Descripción: Dada la falta de proveedores específicos en el área y la necesidad de establecer relaciones sólidas con agricultores locales, GreenFruit puede tener un poder de negociación moderado con los proveedores. La colaboración a largo plazo puede ser beneficiosa para ambas partes.



- Impacto en GreenFruit: Moderado

3. Amenaza de Productos o Servicios Sustitutivos:

- Descripción: La amenaza de productos sustitutos podría ser baja, considerando la especialización de GreenFruit en frutas y verduras orgánicas. Sin embargo, la empresa deberá estar atenta a posibles nuevas propuestas o tendencias que puedan surgir en el mercado.

- Impacto en GreenFruit: Bajo

4. Amenaza de Entrada de Nuevos Competidores:

- Descripción: Aunque hay barreras de entrada, como la necesidad de establecer relaciones con proveedores locales y construir una marca sólida, la falta de competidores directos especializados en frutas y verduras orgánicas en Yerba Buena puede reducir estas barreras para GreenFruit.

- Impacto en GreenFruit: Moderado a Alto

5. Rivalidad de los Competidores Actuales (Posiblemente "Mercado Gourmet"):

- Descripción: La existencia de competidores directos podría generar rivalidad, y GreenFruit deberá desarrollar estrategias de diferenciación para destacar en el mercado. La innovación y la calidad serán elementos clave.

- Impacto en GreenFruit: Moderado a Alto

Conclusión del Análisis de las 5 Fuerzas de Porter:



GreenFruit tiene la oportunidad de establecerse como el principal proveedor de frutas y verduras orgánicas en Yerba Buena, aprovechando la falta de competidores especializados en el área al momento de su apertura. La diferenciación a través de la calidad de los productos y estrategias de marketing efectivas serán clave para mitigar las posibles rivalidades y fortalecer la posición de GreenFruit en el mercado local. La construcción de relaciones sólidas con proveedores locales y la creación de una marca distintiva serán factores determinantes para el éxito a largo plazo.

Análisis FODA de GreenFruit:

Fortalezas:

1. Calidad Inigualable: Al asociarnos con agricultores locales comprometidos con prácticas orgánicas, aseguramos un suministro constante de frutas y verduras de la más alta calidad.
2. Variedad de Productos: A medida que GreenFruit crece, buscamos ampliar nuestra oferta más allá de frutas y verduras, brindando a los clientes una amplia gama de productos orgánicos en un solo lugar.
3. Accesibilidad y Conveniencia: GreenFruit se posiciona como el primer negocio en Yerba Buena dedicado exclusivamente a productos orgánicos, eliminando la necesidad de que los clientes busquen en varios lugares.
4. Propuesta de Valor Clara: GreenFruit aborda la creciente preocupación por la salud al ofrecer productos orgánicos, libres de agroquímicos, proporcionando a los clientes una opción conveniente y accesible para mejorar su calidad de vida.



Oportunidades:

1. Crecimiento del Conciencia sobre la Salud: La creciente conciencia sobre los beneficios para la salud de consumir alimentos orgánicos presenta una oportunidad para atraer a un segmento más amplio de clientes preocupados por su bienestar.
2. Expansión de la Oferta de Productos: A medida que GreenFruit se establece, la oportunidad de ampliar nuestra oferta con productos complementarios orgánicos, como productos lácteos y productos secos, podría aumentar la atraktividad para los clientes.
3. Alianzas Estratégicas: Colaboraciones con proveedores locales y otros negocios afines pueden fortalecer nuestra cadena de suministro y mejorar la visibilidad de GreenFruit en la comunidad.

Debilidades:

1. Desconocimiento Inicial: Como un nuevo actor en el mercado, GreenFruit podría enfrentar la falta de conocimiento inicial sobre la oferta de productos orgánicos. Una estrategia de marketing sólida será esencial para superar esto.
2. Dependencia de Proveedores Locales: Al depender de proveedores locales, GreenFruit podría enfrentar desafíos en la disponibilidad constante de productos, especialmente durante las estaciones de crecimiento más difíciles.



Amenazas:

1. Competencia Emergente: A medida que la conciencia sobre los alimentos orgánicos crece, la competencia podría surgir rápidamente. Es esencial diferenciarnos y construir una marca sólida desde el principio.

2. Condiciones Climáticas: Las condiciones climáticas adversas pueden afectar la producción local, lo que podría tener un impacto en la disponibilidad y el costo de los productos orgánicos.

En resumen, GreenFruit se encuentra en una posición única para abordar la creciente demanda de productos orgánicos en Yerba Buena. Aprovechando nuestras fortalezas, maximizando oportunidades y abordando debilidades potenciales, estamos bien posicionados para convertirnos en un referente en el mercado local de alimentos saludables y orgánicos. La claridad de nuestra propuesta de valor será un pilar fundamental para el éxito.

- **Estrategias de Comercialización**

Propuesta de Valor

GreenFruit es más que un mercado; es la solución a la creciente necesidad de acceder a alimentos saludables y de calidad en Yerba Buena. Nos destacamos por ofrecer productos orgánicos, libres de agroquímicos, proporcionando una alternativa única en la región. Nuestra propuesta de valor radica en abordar un problema real al brindar productos de calidad que no solo mejoran la salud sino también la calidad de vida. GreenFruit se distingue por la comodidad que ofrece, con una amplia variedad de frutas



y verduras orgánicas disponibles tanto en nuestro local como a través del servicio a domicilio. Estamos liderando una revolución en la forma en que las personas eligen alimentarse, comprometidos con la creación de un impacto positivo en la comunidad.

Ventajas Competitivas

1. Variedad y Calidad de Productos:

- GreenFruit garantiza una amplia selección de frutas y verduras orgánicas de la más alta calidad, destacando la frescura y pureza de nuestros productos.

2. Local Físico y Servicio a Domicilio:

- Nuestro local en Yerba Buena ofrece una experiencia de compra única, mientras que nuestro servicio a domicilio eficiente lleva la comodidad directamente a las puertas de nuestros clientes.

3. Compromiso con la Salud y la Sostenibilidad:

- GreenFruit va más allá de la venta de productos al liderar campañas y programas que promueven hábitos saludables y la sostenibilidad, colaborando estrechamente con productores locales.

Canales de Venta

1. Local Físico en Yerba Buena:

- Promocionar y mantener nuestro local físico como un espacio acogedor que refleja los valores de GreenFruit, proporcionando una experiencia de compra única.

2. Servicio a Domicilio en Tucumán:



- Desarrollar y promover nuestro servicio a domicilio, asegurando la entrega eficiente y confiable de productos orgánicos en Yerba Buena y áreas circundantes en Tucumán.

3. Plataforma Online:

- Mantener una página web intuitiva y atractiva para compras en línea, ofreciendo la conveniencia de acceder a productos de calidad desde cualquier lugar.

Política de Precios

1. Análisis de Costos:

- Realizar un análisis exhaustivo de los costos asociados a la producción y distribución de productos orgánicos, considerando los gastos operativos y de adquisición.

2. Evaluación de la Inflación:

- Monitorear de cerca la inflación en Argentina para ajustar estratégicamente los precios de manera acorde a las fluctuaciones económicas.

3. Estudio de la Disposición del Cliente:

- Realizar estudios de mercado para comprender la disposición financiera de los clientes en Yerba Buena, adaptando los precios para satisfacer sus expectativas y necesidades.

4. Política de Precios Competitivos:

- Establecer precios competitivos que reflejen la calidad de los productos, considerando el análisis de costos, la disposición del cliente y la inflación.

5. Descuentos Locales y Programas de Lealtad:



- Ofrecer descuentos locales y programas de lealtad específicos para incentivar compras regulares y recompensar a nuestros clientes comprometidos.

Política de Comunicación

1. Campañas Locales Temáticas:

- Desarrollar campañas que resalten la frescura y calidad de nuestros productos, adaptadas a las preferencias y necesidades de la comunidad local.

2. Participación en Eventos y Festivales Locales:

- Participar activamente en eventos y festivales locales para fortalecer nuestra presencia en la comunidad y establecer conexiones directas con los residentes de Yerba Buena.

3. Redes Sociales Locales:

- Mantener una presencia dinámica en plataformas sociales, compartiendo contenido específico de interés para la comunidad local.

Otros Aspectos

1. Programas de Recompensas Locales:

- Implementar un programa de recompensas que celebre hábitos saludables y premie a los clientes locales por su compromiso con GreenFruit.

2. Colaboraciones con Productores Tucumanos:

- Establecer colaboraciones cercanas con productores locales de Tucumán para enriquecer nuestra oferta de productos frescos y respaldar la economía regional.



3. Eventos de Salud y Bienestar en Yerba Buena:

- Organizar eventos y actividades de salud y bienestar en Yerba Buena para fortalecer la conexión de GreenFruit con la comunidad local y fomentar un estilo de vida saludable.

Estrategias de Campañas de Marketing para GreenFruit

GreenFruit se compromete a desarrollar campañas de marketing inteligentes y creativas que destaquen la calidad, frescura y sostenibilidad de nuestros productos, así como nuestro compromiso con un estilo de vida saludable. Algunos ejemplos de campañas incluyen:

1. Campaña de Consumo Saludable:

- Descripción: "Consume 10 kg de frutas y verduras orgánicas y gana un premio."
- Objetivo: Incentivar a los clientes a incorporar más frutas y verduras orgánicas en su dieta.
- Mecánica: Los clientes acumulan puntos por cada compra de 10 kg, desbloqueando premios y descuentos.

2. Campaña de Estilo de Vida Activo:

- Descripción: "Realiza 10 días de ejercicio y gana una promoción."
- Objetivo: Promover un estilo de vida activo y saludable.
- Mecánica: Los clientes registran su actividad física diaria durante 10 días para acceder a promociones exclusivas.



3. Campaña de Hidratación Saludable:

- Descripción: "Toma 100 litros de agua por mes y gana una promoción."
- Objetivo: Fomentar la salud y el bienestar a través de la hidratación.
- Mecánica: Los clientes registran su consumo mensual de agua para participar en sorteos y promociones.

4. Contenido Educativo en Redes Sociales:

- Descripción: Publicación de contenido educativo y entretenido sobre los beneficios de una alimentación saludable y sostenible.
- Objetivo: Informar y motivar a la audiencia a tomar decisiones conscientes sobre su alimentación.
- Estrategia: Publicar regularmente consejos nutricionales, recetas saludables y datos sobre la sostenibilidad en nuestras redes sociales.

Estas campañas se alinean con la filosofía de GreenFruit, no solo promoviendo nuestros productos, sino también inspirando un cambio positivo en los hábitos de vida de nuestros clientes.

Para completar la información, se pidió **el perfil del mercado objetivo** de GreenFruit. Chat GPT 3.5 respondió lo siguiente:



El perfil del mercado objetivo para GreenFruit en Yerba Buena, Tucumán, Argentina, está dirigido a individuos conscientes de su salud y bienestar, que buscan mejorar su calidad de vida a través de una alimentación saludable y sostenible. El mercado objetivo abarca:

1. Personas Preocupadas por la Salud:

- Individuos que valoran la importancia de una dieta equilibrada y están comprometidos con adoptar hábitos alimenticios saludables.

2. Consumidores de Productos Orgánicos:

- Aquellos que prefieren productos orgánicos, libres de agroquímicos, reconociendo los beneficios tanto para su salud como para el medio ambiente.

3. Familias que Priorizan la Nutrición:

- Familias que buscan proporcionar a sus seres queridos alimentos nutritivos y de calidad, priorizando la salud de sus hijos y de ellos mismos.

4. Individuos Comprometidos con un Estilo de Vida Activo:

- Personas que valoran la actividad física y buscan apoyar su estilo de vida activo con una dieta que complemente sus esfuerzos.

5. Clientes Conscientes del Medio Ambiente:

- Aquellos que se preocupan por la sostenibilidad y desean respaldar empresas comprometidas con prácticas comerciales responsables y respetuosas con el medio ambiente.

6. Residentes de Yerba Buena y Áreas Circundantes:



- Personas que viven en Yerba Buena y las áreas cercanas en Tucumán, demostrando un interés en apoyar negocios locales y regionales.

7. Personas Dispuestas a Pagar por Calidad:

- Clientes dispuestos a invertir en alimentos de alta calidad, reconociendo que la calidad y la frescura tienen un impacto positivo en su salud y bienestar.

El mercado objetivo de GreenFruit busca más que productos; buscan una experiencia completa que les ofrezca comodidad, variedad y confianza en la calidad de los productos que consumen. La estrategia de marketing y las campañas se diseñarán específicamente para atraer y retener a este segmento de clientes, construyendo una comunidad comprometida con la salud y la sostenibilidad.

- **Gestión y Personal**

En esta sección, se exponen dos estructuras organizativas: una de corto plazo y otra de largo plazo. Este enfoque considera variables cruciales como el tamaño proyectado de la empresa, tanto en la actualidad como en perspectiva futura, así como aspectos presupuestarios, entre otros factores relevantes.



Estructura Organizativa a Corto Plazo (Emprendimiento Inicial)

Administración y Dirección

1. Propietaria/Fundadora:

- [Tu Nombre]: Desarrollo de la visión, toma de decisiones estratégicas, gestión general del emprendimiento.

2. Gerente General:

- Responsabilidades:
- Coordinación y supervisión de las operaciones diarias.
- Gestión de personal y recursos limitados.
- Implementación de estrategias iniciales para el crecimiento.

3. Tesorero:

- Responsabilidades:
- Manejo de caja y transacciones diarias.
- Gestión de pagos a proveedores y cobranzas.
- Coordinación con bancos y manejo de tarjetas de crédito.
- Administración de plataformas de pago como Mercado Pago.

Finanzas



4. Especialista en Finanzas:

- Responsabilidades:
- Planificación financiera.
- Control presupuestario.

Operaciones

5. Personal de Apoyo Operativo (Contratación Temporal/Parcial):

- Responsabilidades:
- Ejecución de tareas operativas diarias.
- Soporte en logística y operaciones diarias, incluyendo el trato con proveedores.

Recursos Humanos

6. Especialista en Recursos Humanos:

- Responsabilidades:
- Gestión de recursos humanos.
- Selección de personal.
- Programas de capacitación.
- Gestión de bienestar organizacional.



Asesores Jurídico-Contables Externos

7. Asesores Jurídico-Contables Externos (Contratación Externa):

- Responsabilidades:
- Asesoramiento legal y contable externo según necesidades puntuales.

Asesor en Agricultura Orgánica

8. Asesor en Agricultura Orgánica

- Responsabilidades:
- Asegurarse del cumplimiento de normas y estándares de productos orgánicos.
- Supervisión de prácticas agrícolas sostenibles y orgánicas.

Estructura Organizativa a Largo Plazo (Escalada y Crecimiento)

Administración y Dirección

1. Propietaria/Fundadora:

- [Tu Nombre]: Mantenimiento de la visión estratégica, relaciones comerciales clave, toma de decisiones a nivel ejecutivo.

2. Director Ejecutivo (CEO):

- Responsabilidades:



- Supervisión general de la gestión y dirección estratégica.
- Colaboración en la expansión y desarrollo de nuevos mercados.

3. Tesorero:

-Responsabilidades:

- Manejo de caja y transacciones diarias.
- Gestión de pagos a proveedores y cobranzas.
- Coordinación con bancos y manejo de tarjetas de crédito.
- Administración de plataformas de pago como Mercado Pago.

Finanzas

4. Especialista en Finanzas

- Responsabilidades:
- Planificación financiera a largo plazo.
 - Control presupuestario.

Recursos Humanos

5. Especialista en Recursos Humanos

- Responsabilidades:
- Gestión de recursos humanos.



- Selección de personal.
- Programas de capacitación.
- Gestión de bienestar organizacional.

Comercio Exterior

6. Especialista en Comercio Exterior (Contratación a Largo Plazo):

- Responsabilidades:
 - Desarrollo y gestión de relaciones comerciales internacionales.
 - Manejo de importaciones y exportaciones.
 - Coordinación logística para operaciones internacionales.

Asesores Jurídico-Contables Externos

7. Asesores Jurídico-Contables Externos (Contratación Externa):

- Responsabilidades:
 - Asesoramiento legal y contable externo según necesidades puntuales.

Operaciones

8. Personal de Apoyo Operativo (Contrataciones Adicionales):

- Responsabilidades:
 - Soporte en logística y operaciones diarias, incluyendo el trato con proveedores.



Innovación y Desarrollo

9. Personal de Innovación y Desarrollo (Contratación a Largo Plazo):

- Responsabilidades:
- Investigación y desarrollo de nuevos productos.
- Mantenimiento de la calidad y sostenibilidad.

Asesor en Agricultura Orgánica

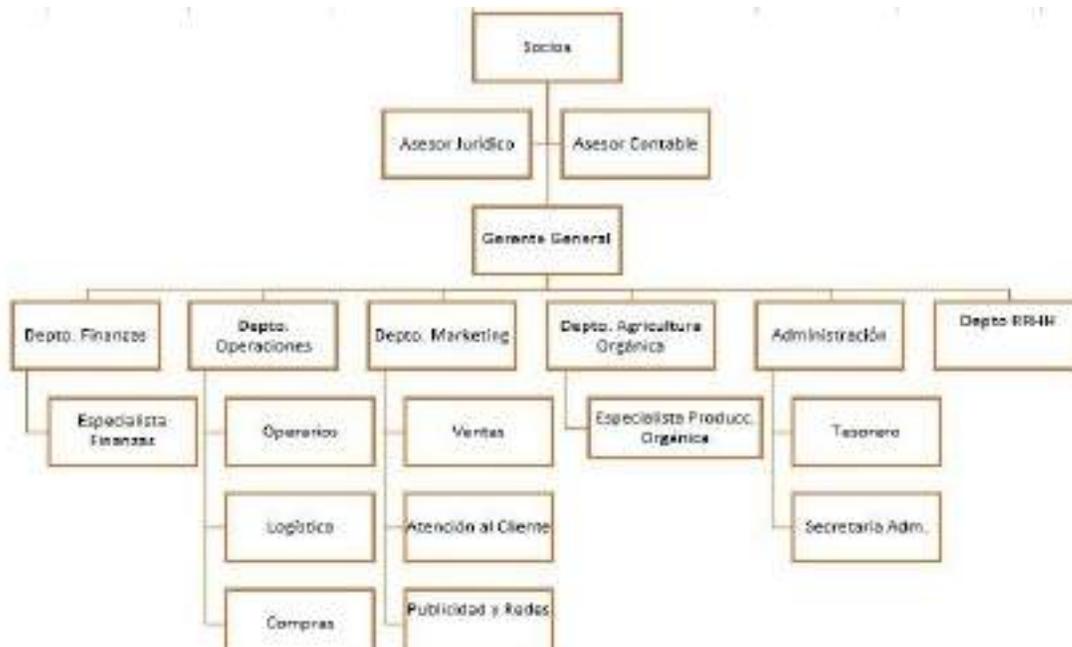
10. Asesor en Agricultura Orgánica

- Responsabilidades:
- Asegurarse del cumplimiento de normas y estándares de productos orgánicos.
- Supervisión de prácticas agrícolas sostenibles y orgánicas.

Considerando la estructura organizativa y la figura jurídica recomendada por ChatGPT, se solicitó la creación de un organigrama para la empresa. Sin embargo, los resultados no cumplieron con las expectativas, ya que, no se ajustaban al formato adecuado para una Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL). En consecuencia, se optó por elaborar un organigrama propio que reflejara de manera precisa la estructura de una SRL, teniendo en cuenta la propuesta de la IA, abarcando tanto la proyección a corto como a largo plazo.

Respecto a la figura jurídica, se desarrolla en la siguiente sección “Protección Normativa”.

Figura N° 5: Organigrama Propuesto para GreenFruit- Chat GPT



Fuente: Elaboración Propia. Microsoft Excel.

- **Protección Normativa**

La industria de productos orgánicos en Argentina, específicamente en la provincia de Tucumán, está sujeta a una serie de normativas que regulan diversas facetas de la actividad. Es crucial comprender y cumplir con estas normativas para asegurar el funcionamiento legal y ético de GreenFruit. A continuación, se detallan los aspectos clave de la protección normativa, considerando tanto las regulaciones nacionales como las específicas de Tucumán:

Figura Jurídica

La elección de la figura jurídica para GreenFruit en Tucumán debe tener en cuenta las regulaciones provinciales además de las nacionales. Se sugiere evaluar la posibilidad de establecer la empresa como



una **Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)**, considerando las particularidades legales y fiscales de la provincia.

Propiedad Intelectual

En el ámbito de Tucumán, se recomienda realizar búsquedas específicas de marcas registradas a nivel provincial para asegurarse de que el nombre "GreenFruit" no esté en conflicto con marcas locales. Además, considerar el registro de la marca a nivel provincial para fortalecer la protección de la propiedad intelectual.

Normativas Específicas

1. Normativas Orgánicas en Tucumán:

- Cumplir con las regulaciones establecidas por el organismo provincial correspondiente que supervisa la producción orgánica en Tucumán.

- Asegurarse de que los proveedores locales cumplan con las normativas orgánicas provinciales para garantizar la autenticidad y calidad de los productos.

Normativas Nacionales e Internacionales

1. Normativas Orgánicas en Argentina:

- Cumplir con las regulaciones establecidas por el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria), que supervisa la producción orgánica en Argentina.

- Garantizar que los productos cumplan con los estándares nacionales para el mercado argentino.



2. Normativas Internacionales:

- Familiarizarse con las normativas orgánicas internacionales, como las establecidas por la Unión Europea o el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), si se considera la expansión internacional.

- Asegurarse de que los productos cumplan con los estándares internacionales para facilitar la exportación.

Etiquetado y Publicidad

Cumplir con las normativas de etiquetado de productos orgánicos en Argentina y Tucumán, detallando de manera clara y precisa la naturaleza orgánica de los productos. Evitar prácticas publicitarias engañosas y asegurarse de que todas las afirmaciones estén respaldadas por pruebas válidas.

Cumplimiento Ambiental

Garantizar el cumplimiento de las normativas ambientales locales e internacionales en todas las operaciones, desde la producción hasta la distribución, considerando las regulaciones específicas de Tucumán. Implementar prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente para alinearse con las expectativas del mercado y las regulaciones vigentes.

Conclusiones

La protección normativa, tanto a nivel nacional como provincial, debe ser un componente integral de la estrategia empresarial de GreenFruit en Tucumán. El cumplimiento riguroso con las normativas locales e internacionales construye la confianza del consumidor y fortalece la posición de la empresa en el mercado de productos orgánicos en la provincia y a nivel nacional. Es recomendable contar



con asesoría legal especializada para abordar de manera efectiva todos los aspectos normativos relevantes.

- **Plan de Puesta en Marcha**

A continuación, se esboza un esquema general para la sección "Plan de Puesta en Marcha", considerando que la empresa aún no ha iniciado operaciones:

Programa de Actividades y Tareas:

1. Estudio de Mercado:

- Investigar la demanda y preferencias del mercado local en Yerba Buena, Tucumán, respecto a productos orgánicos.

- Analizar a la competencia y definir la propuesta de valor única de GreenFruit.

2. Definición de la Propuesta de Valor:

- Refinar y finalizar la propuesta de valor para GreenFruit, basada en la calidad, frescura y conveniencia de los productos orgánicos.

3. Búsqueda y Selección de Proveedores:

- Identificar y establecer relaciones con proveedores de frutas y verduras orgánicas confiables y certificados.

- Negociar términos y condiciones de suministro.



4. Local Físico:

- Buscar y seleccionar un local adecuado para GreenFruit, considerando la accesibilidad, visibilidad y tamaño necesario para operaciones iniciales.

5. Diseño y Acondicionamiento del Local:

- Diseñar el layout del local para una experiencia de compra óptima.
- Acondicionar el local para cumplir con las normativas de seguridad y sanitarias.

6. Desarrollo de la Página Web:

- Contratar a un desarrollador web para crear la página de GreenFruit.
- Integrar un sistema de pedidos en línea y pago seguro.

7. Campañas de Marketing Pre-Lanzamiento:

- Iniciar campañas de anticipación en redes sociales para generar expectativa.
- Ofrecer incentivos para los primeros clientes, como descuentos exclusivos.

Plazo de Implementación:

- Estudio de Mercado y Definición de Propuesta de Valor: 1 mes
- Búsqueda y Selección de Proveedores: 2 meses
- Local Físico y Acondicionamiento: 3 meses



- Desarrollo de la Página Web: 1 mes
- Campañas de Marketing Pre-Lanzamiento: 1 mes

Requerimientos Técnicos:

1. Tecnología para el Punto de Venta:

- Seleccionar un sistema de punto de venta (POS) adecuado para el negocio.
- Capacitar al personal en el uso del POS.

2. Sistema de Gestión de Pedidos en Línea:

- Implementar un sistema eficiente para gestionar pedidos en línea, incluyendo la logística de entrega.

3. Almacenamiento y Refrigeración:

- Adquirir equipos de almacenamiento y refrigeración para preservar la frescura de los productos.

4. Personal:

- Iniciar el proceso de contratación y capacitación del personal de ventas, atención al cliente y logística.



Este plan proporciona una visión general de las actividades necesarias para poner en marcha GreenFruit. Será esencial ajustar y personalizar este plan según las circunstancias específicas y los detalles operativos y logísticos que puedan surgir durante la implementación.

- **Análisis de Riesgo**

GreenFruit, en su preparación meticulosa para ingresar al mercado de productos orgánicos, reconoce la necesidad de una evaluación completa de los riesgos inherentes al negocio. Este análisis abarca diversos factores que podrían influir, con el objetivo de anticipar contingencias y fortalecer la resiliencia de GreenFruit frente a escenarios cambiantes.

1. Riesgos del Mercado y Competencia:

Acción de Competidores Actuales:

- Escenario: Intensificación de la competencia.
- Riesgo Ponderado: Moderado.
- Plan Alternativo: Campañas promocionales enfocadas en diferenciadores clave.

Cambios en las Preferencias del Consumidor:

- Escenario: Cambios abruptos en las tendencias de consumo.
- Riesgo Ponderado: Moderado.
- Plan Alternativo: Estrategia de productos flexibles y monitoreo continuo de las preferencias del consumidor.



2. Riesgos Tecnológicos y Operativos:

Problemas Tecnológicos:

- Escenario: Interrupciones en las plataformas tecnológicas.
- Riesgo Ponderado: Bajo.
- Plan Alternativo: Mantenimiento constante y servicio técnico ágil.

Logística y Cadena de Suministro:

- Escenario: Interrupciones en la cadena de suministro.
- Riesgo Ponderado: Moderado.
- Plan Alternativo: Diversificación de proveedores y riguroso monitoreo de la cadena de suministro.

3. Riesgos Legales y Regulatorios:

Normativas en Constante Cambio

- Escenario: Cambios repentinos en las regulaciones.
- Riesgo Ponderado: Alto.
- Plan Alternativo: Asesoría legal continua y adaptación ágil.

Cumplimiento con Estándares Orgánicos



- Escenario: Desafíos para mantener el cumplimiento.
- Riesgo Ponderado: Moderado.
- Plan Alternativo: Implementación de controles internos y procesos de auditoría frecuentes.

4. Riesgos Económicos y Financieros:

Fluctuaciones Económicas

- Escenario: Impacto de recesiones económicas.
- Riesgo Ponderado: Alto.
- Plan Alternativo: Estrategias de precios flexibles y reservas financieras.

Presiones Inflacionarias

- Escenario: Aumento significativo en los costos operativos.
- Riesgo Ponderado: Moderado.
- Plan Alternativo: Revisión constante de estructuras financieras y ajustes de costos.

Plan Alternativo Global:

GreenFruit establece un plan alternativo que aborda contingencias a través de:

- Flexibilidad Estratégica: Ajuste continuo de estrategias según las dinámicas del mercado.
- Innovación Constante: Desarrollo de productos y servicios que se adapten a las cambiantes necesidades del consumidor.



- Monitoreo Periódico: Evaluación regular de riesgos y ajuste proactivo de planes alternativos.

Este análisis detallado y sus planes alternativos respaldan la visión de GreenFruit de convertirse en un líder sólido y adaptable en el mercado de productos orgánicos. La preparación y la flexibilidad son nuestras herramientas para navegar la incertidumbre con confianza.

Capítulo 2: Elaboración del Plan de Negocios utilizando “Bard”

- Descripción del Negocio

Misión, visión, valores y objetivos estratégicos

Misión: Brindar a las personas una alimentación saludable y sostenible, a través de la oferta de productos orgánicos de alta calidad, a precios accesibles, generando un impacto positivo en la comunidad.

Visión: Ser la empresa líder en la comercialización de productos orgánicos en Argentina y el mundo, siendo reconocida por su compromiso con la calidad, la sustentabilidad y la responsabilidad social.

Valores:



-Calidad: GreenFruit se compromete a ofrecer a sus clientes productos y servicios de alta calidad, cumpliendo con los más estrictos estándares internacionales.

-Sustentabilidad: GreenFruit se compromete a operar de manera sostenible, respetando el medio ambiente y las comunidades locales.

-Comunidad: GreenFruit se compromete a generar un impacto positivo en la comunidad, apoyando causas sociales y ambientales.

Objetivos estratégicos:

-Convertirse en el principal proveedor de frutas y verduras orgánicas de Yerba Buena y alrededores, con una participación de mercado del 30% en los próximos cinco años.

-Generar un impacto positivo en el medio ambiente, reduciendo el uso de agroquímicos en un 20% en los próximos cinco años.

-Crear un ambiente de trabajo agradable y comprometido con la excelencia, donde sus colaboradores puedan desarrollarse profesionalmente y alcanzar un equilibrio entre la vida personal y laboral.

Historia de la empresa y equipo de trabajo

Historia: La emprendedora, convencida de la importancia de ofrecer a las personas una alimentación saludable y sostenible, decide iniciar un negocio de venta de productos orgánicos.



Equipo de trabajo: La emprendedora es la única integrante del equipo por el momento. Sin embargo, tiene previsto incorporar a más profesionales en los próximos meses.

Naturaleza del proyecto:

El proyecto es un emprendimiento.

Producto y/o servicio a brindar

Producto o servicio a brindar: El producto o servicio principal de GreenFruit serán las frutas y verduras orgánicas. GreenFruit se diferenciará de la competencia por ofrecer una amplia variedad de productos orgánicos de alta calidad, a precios accesibles.

Segmento objetivo:

El segmento objetivo de GreenFruit son las personas de Yerba Buena y alrededores que están interesadas en mejorar su salud y su calidad de vida mediante el consumo de productos orgánicos, así como las empresas que buscan ofrecer a sus empleados productos saludables y sostenibles.

Descripción del servicio y/o el proceso de producción:

GreenFruit ofrecerá un servicio de venta minorista de productos orgánicos. GreenFruit trabajará con productores orgánicos certificados, que cumplan con los más estrictos estándares internacionales.

Monto inicial a invertir:



El monto inicial a invertir en GreenFruit se especificará en la sección financiera del plan.

Localización geográfica:

GreenFruit se ubicará en una zona comercial de Yerba Buena, con fácil acceso para los consumidores.

Justificación del negocio:

El mercado de frutas y verduras orgánicas en Argentina y el mundo está en crecimiento. La demanda de este tipo de productos está impulsada por el aumento de la conciencia sobre la importancia de una alimentación saludable y sostenible.

El mercado de frutas y verduras orgánicas en Yerba Buena es incipiente. Actualmente, existen sólo unas pocas tiendas especializadas en la venta de este tipo de productos.

La emprendedora es una persona comprometida con la salud y el medio ambiente.

GreenFruit tendrá como objetivo satisfacer la demanda creciente de este tipo de productos en la ciudad. GreenFruit se diferenciará de la competencia por ofrecer una amplia variedad de productos orgánicos de alta calidad, a precios accesibles, generando un impacto positivo en la comunidad.

El mercado tiene el potencial de generar importantes beneficios económicos y sociales. GreenFruit creará empleos y contribuirá a la economía local. Además, GreenFruit promoverá una alimentación saludable y sostenible.

- **Producto o servicio**



Características distintivas de los productos y/o servicios

Las características distintivas de los productos y/o servicios de GreenFruit son las siguientes:

- Calidad:** Los productos de GreenFruit serán de alta calidad, cultivados sin el uso de agroquímicos.
- Sustentabilidad:** GreenFruit trabajará con productores orgánicos certificados, que cumplen con los más estrictos estándares internacionales.
- Disponibilidad:** GreenFruit ofrecerá sus productos a través de una tienda online y una tienda física. También ofrecerá servicios de entrega a domicilio.
- Empaque biodegradable:** GreenFruit utilizará bolsas, cajas y bandejas biodegradables para el empaque de sus productos. Esto ayudará a reducir el impacto ambiental de la empresa.

Ventajas competitivas en la producción de productos y servicios

Las ventajas competitivas en la producción de productos y servicios de GreenFruit son las siguientes:

- Uso de tecnología de punta: GreenFruit utilizará tecnología de punta para garantizar la calidad y la frescura de los productos.
- Trabajo con productores orgánicos certificados: GreenFruit trabajará con productores orgánicos certificados, que cumplen con los más estrictos estándares internacionales.
- Proceso de producción cuidadoso y respetuoso con el medio ambiente: GreenFruit utilizará métodos de cultivo sostenibles que no dañen el suelo o el agua.



-Empaque biodegradable: GreenFruit utilizará bolsas, cajas y bandejas biodegradables para el empaque de sus productos. Esto ayudará a reducir el impacto ambiental de la empresa.

Ventas

GreenFruit ofrecerá sus productos a través de una tienda online y una tienda física. La tienda física estará ubicada en Yerba Buena, Tucumán, Argentina. La tienda tendrá un diseño moderno y sostenible, con un sistema de energía solar.

La tienda online estará disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Los clientes podrán realizar sus pedidos desde cualquier lugar del mundo.

La tienda física tendrá un horario de atención de lunes a viernes de 9:00 a 21:00 horas. Sábados y domingos de 9:00 a 14:00 horas.

GreenFruit ofrecerá una amplia variedad de frutas y verduras orgánicas, frescas y de alta calidad. Los productos estarán disponibles en diferentes presentaciones, como bolsas, cajas y bandejas biodegradables.

GreenFruit ofrecerá a sus clientes una experiencia de compra única. La empresa se compromete a ofrecer productos de alta calidad, a precios competitivos y con un servicio al cliente de excelencia.

Marketing

GreenFruit desarrollará campañas de marketing inteligentes y creativas para promocionar sus productos. Las campañas se centrarán en los siguientes puntos:



- La calidad y la frescura de los productos.
- La sostenibilidad de la empresa.
- *-El compromiso de GreenFruit con una vida saludable.

Por ejemplo, GreenFruit podría ofrecer campañas como:

- "Consume 10 kg de frutas y verduras orgánicas y gana un premio". Esta campaña incentivaría a los clientes a consumir más frutas y verduras orgánicas.

- "Realiza 10 días de ejercicio y gana una promoción". Esta campaña promovería un estilo de vida saludable.

- "Toma 100 litros de agua por mes y gana una promoción". Esta campaña fomentaría la salud y el bienestar.

GreenFruit también podría utilizar las redes sociales para promocionar sus productos. La empresa podría crear contenido educativo y entretenido sobre los beneficios de una alimentación saludable y sostenible.

Conclusión

GreenFruit es una empresa que ofrece una amplia variedad de frutas y verduras orgánicas, frescas y de alta calidad. Los productos de GreenFruit se caracterizan por su calidad, sostenibilidad y empaque biodegradable.

GreenFruit tiene una ventaja competitiva significativa sobre sus competidores, ya que utiliza tecnología de punta para garantizar la calidad y la frescura de sus productos. Además, GreenFruit trabaja



con productores orgánicos certificados, lo que garantiza que los productos cumplan con los más estrictos estándares internacionales.

En la etapa inicial, GreenFruit comprará la mercadería a proveedores orgánicos certificados. Sin embargo, la empresa tiene previsto iniciar la producción propia en un plazo de dos años.

GreenFruit ofrecerá sus productos a través de una tienda online y una tienda física. La tienda física tendrá un diseño moderno y sostenible, con un sistema de energía solar.

GreenFruit desarrollará campañas de marketing inteligentes y creativas para promocionar sus productos. Las campañas se centrarán en los beneficios de una alimentación saludable y sostenible.

- **Descripción del Sector**

Sector de la economía

GreenFruit operará en el sector de la agricultura, específicamente en el mercado de frutas y verduras orgánicas. Este sector se caracteriza por la producción y comercialización de frutas y verduras que han sido cultivadas sin el uso de agroquímicos, pesticidas u otros productos químicos.

Relaciones con otros sectores de la economía

El sector de la agricultura está estrechamente relacionado con otros sectores de la economía, como el sector de la alimentación, el sector de la salud y el sector de la protección del medio ambiente.

Ubicación dentro de la industria



GreenFruit se ubicará dentro de la industria de frutas y verduras, como un distribuidor de frutas y verduras orgánicas.

Eslabón dentro de la cadena de valor

GreenFruit ocupará el eslabón de distribución dentro de la cadena de valor de la industria de frutas y verduras orgánicas.

Tamaño del sector

Según un informe de Mordor Intelligence, el mercado global de frutas y verduras orgánicas se espera que alcance los USD 41.91 mil millones en 2023 y crezca a una tasa compuesta anual del 10.21% para alcanzar los USD 68.15 mil millones para 2028.

En Argentina, el mercado de frutas y verduras orgánicas está creciendo rápidamente. En 2022, el mercado alcanzó un valor de USD 37,50 mil millones. Se espera que el mercado continúe creciendo a una tasa compuesta anual del 7,50% durante el período de pronóstico (2024-2032).

Principales Segmentos del Mercado

El mercado de frutas y verduras orgánicas está segmentado por frutas (plátano, manzana, bayas, uvas, kiwi y otras frutas), verduras (verduras de hoja, tomate, papa y otras verduras) y geografía (América del Norte, Europa, Asia-Pacífico, América del Sur y África).

En Argentina, los segmentos más relevantes son frutas (52%) y verduras (48%).



Proceso y criterio de compra

Los consumidores de frutas y verduras orgánicas buscan productos más saludables y sostenibles, y están dispuestos a pagar un precio más alto por ellos.

Los principales criterios de compra de frutas y verduras orgánicas son los siguientes:

- Calidad: frescura, sabor, apariencia, etc.
- Sustentabilidad: origen, prácticas de producción, etc.
- Precio: los consumidores de frutas y verduras orgánicas están dispuestos a pagar un precio más alto por este tipo de productos.

Descripción de los Participantes del Sector

El sector de la agricultura orgánica en Argentina está conformado por una gran cantidad de productores, procesadores, distribuidores y comercializadores.

Los principales competidores de GreenFruit son los siguientes:

- Negocios minoristas: supermercados, fruterías, etc.
- Otros distribuidores: empresas que distribuyen frutas y verduras orgánicas a gran escala.

Competencia: Mercado Gourmet



En la ciudad de Yerba Buena, existe un negocio llamado "Mercado Gourmet" que podría considerarse un competidor potencial para GreenFruit. Este negocio vende una gran variedad de productos orgánicos envasados, incluyendo frutas congeladas.

El Mercado Gourmet se encuentra ubicado en el centro de la ciudad, lo que le da una gran visibilidad. Además, el negocio cuenta con una amplia gama de productos orgánicos, lo que lo hace atractivo para los consumidores que buscan una opción conveniente.

Sin embargo, GreenFruit tiene algunas ventajas competitivas sobre el Mercado Gourmet. En primer lugar, GreenFruit se especializa en productos frescos de temporada, lo que le permite ofrecer una mayor variedad de productos que el Mercado Gourmet. En segundo lugar, GreenFruit tiene una relación directa con los productores orgánicos, lo que le permite garantizar la frescura y la calidad de sus productos.

En conclusión, el Mercado Gourmet es un competidor potencial para GreenFruit, pero GreenFruit tiene algunas ventajas competitivas que le pueden ayudar a ganar participación de mercado.

Recomendaciones

Para aprovechar al máximo las oportunidades del mercado, GreenFruit debería centrarse en los siguientes aspectos:

- Ofrecer una amplia variedad de frutas y verduras orgánicas frescas de temporada.



- Construir relaciones sólidas con productores orgánicos de confianza.
- Promocionar los beneficios de las frutas y verduras orgánicas a los consumidores.

En particular, GreenFruit podría diferenciarse del Mercado Gourmet ofreciendo una mayor variedad de frutas y verduras orgánicas frescas de temporada. Además, GreenFruit podría promover los beneficios de las frutas y verduras orgánicas a los consumidores, enfatizando los beneficios para la salud.

A continuación, se presenta la profundización en la descripción del sector, mediante la aplicación del modelo de las "5 fuerzas competitivas" de Michael E. Porter y la realización de un Análisis FODA, empleando Bard como herramienta de desarrollo.

Análisis de las 5 fuerzas de Porter para GreenFruit en Yerba Buena, Tucumán

Poder de negociación de los clientes

El poder de negociación de los clientes es la capacidad de los clientes para influir en los precios y la calidad de los productos o servicios que compran. En el caso de Yerba Buena, Tucumán, el poder de negociación de los clientes es bajo.

Esto se debe a que hay pocos proveedores de frutas y verduras orgánicas frescas en la región. Esto significa que los clientes tienen menos opciones y, por lo tanto, menos poder de negociación.



Además, los costos de cambio son altos, ya que los productos son relativamente grandes y difíciles de transportar.

Recomendaciones específicas:

- Ofrecer una amplia variedad de productos para satisfacer las necesidades de los clientes. Esto ayudará a GreenFruit a retener a los clientes y evitar que cambien de proveedor.
- Promover los beneficios de la marca GreenFruit. Esto ayudará a GreenFruit a crear lealtad a la marca y reducir la disposición de los clientes a negociar.

Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es la capacidad de los proveedores para influir en los precios y la calidad de los productos o servicios que venden. En el caso de Yerba Buena, Tucumán, el poder de negociación de los proveedores es alto.

Esto se debe a que hay pocos proveedores de frutas y verduras orgánicas frescas en la región. Esto significa que los proveedores tienen cierto control sobre los precios. Además, algunos proveedores están integrados verticalmente, lo que les da un mayor poder de negociación.

Recomendaciones:



Para GreenFruit, es importante comprender el poder de negociación de los proveedores en el mercado de Yerba Buena, Tucumán. Esto le ayudará a desarrollar estrategias para aumentar su competitividad.

Recomendaciones específicas:

- Buscar proveedores alternativos. Esto ayudará a GreenFruit a reducir su dependencia de un pequeño número de proveedores.
- Promover la integración horizontal entre los clientes. Esto reducirá el poder de negociación de los proveedores.
- Establecer relaciones a largo plazo con los proveedores. Esto ayudará a GreenFruit a construir confianza y cooperación con los proveedores.

Amenaza de productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos o servicios sustitutos es la probabilidad de que los clientes cambien a productos o servicios alternativos. En el caso de Yerba Buena, Tucumán, la amenaza de productos o servicios sustitutos es moderada.

Esto se debe a que hay algunos productos sustitutos disponibles, como frutas y verduras convencionales. Sin embargo, estos productos no siempre son una opción viable para los clientes. Por ejemplo, los clientes que están preocupados por la salud o el medio ambiente pueden estar dispuestos a pagar más por frutas y verduras orgánicas frescas.

Recomendaciones específicas:



-Ofrecer productos o servicios diferenciados. Esto ayudará a GreenFruit a diferenciarse de los productos sustitutos.

-Promover la lealtad a la marca. Esto ayudará a GreenFruit a crear una base de clientes leales que sean menos propensos a cambiar a productos sustitutos.

-Analizar la posibilidad de desarrollar productos sustitutos propios. Esto ayudaría a GreenFruit a capturar parte del mercado de los sustitutos.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Las barreras de entrada al mercado de frutas y verduras orgánicas frescas en Yerba Buena, Tucumán, son altas. Estas barreras pueden dividirse en dos categorías:

- Barreras regulatorias: Los requisitos regulatorios para la producción orgánica son bastante exigentes y pueden ser costosos de cumplir. Por ejemplo, los productores orgánicos deben utilizar prácticas de cultivo que protejan el medio ambiente y la salud humana. También deben certificar sus productos por un organismo certificador acreditado por el Senasa.
- Barreras de capital: El cultivo orgánico requiere inversiones significativas en tierra, equipo y mano de obra. Esto puede ser un obstáculo para los nuevos competidores que no tienen los recursos necesarios.

Las barreras de entrada al mercado pueden dificultar que los nuevos competidores ingresen al mercado, ya que pueden no tener los recursos necesarios para cumplir con los requisitos o invertir



en las operaciones necesarias. Además, los competidores existentes pueden estar bien posicionados para aprovechar estas barreras de entrada.

Por ejemplo, los competidores existentes pueden haber desarrollado relaciones con los proveedores y los canales de distribución. Esto puede dificultar que los nuevos competidores ingresen al mercado y compitan por los mismos recursos.

Recomendaciones para GreenFruit

GreenFruit puede aprovechar las altas barreras de entrada al mercado para aumentar su ventaja competitiva. Por ejemplo, GreenFruit puede invertir en la construcción de una marca fuerte y relaciones con los canales de distribución. Esto dificultará que los nuevos competidores ingresen al mercado y compitan por los mismos clientes y proveedores.

Además, GreenFruit puede centrarse en diferenciar sus productos y servicios de los de sus competidores. Esto puede ayudar a GreenFruit a atraer clientes y aumentar su cuota de mercado.

Rivalidad de los competidores actuales

La rivalidad entre los competidores actuales en el mercado de frutas y verduras orgánicas frescas en Yerba Buena, Tucumán, no es alta. Esto se debe a que hay pocos competidores en el mercado, lo que significa que los competidores no luchan por los mismos clientes, los mismos proveedores y la misma cuota de mercado.



En este caso, la rivalidad entre los competidores actuales es baja. Esto significa que los competidores no compiten de manera agresiva y que hay oportunidades para que GreenFruit se diferencie de sus competidores.

La teoría del océano azul es una estrategia que podría ayudar a GreenFruit a aprovechar la baja rivalidad entre los competidores actuales. Al crear un nuevo mercado para frutas y verduras orgánicas frescas de alta calidad, GreenFruit podría reducir la competencia y aumentar su cuota de mercado.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que la teoría del océano azul es un desafío. Requiere que GreenFruit sea innovadora y que se centre en las necesidades de los clientes. Además, GreenFruit debe ser capaz de ejecutar la estrategia de manera efectiva.

Si GreenFruit decide seguir la teoría del océano azul, debe realizar un análisis cuidadoso de las necesidades de los clientes y de la competencia. También debe desarrollar una estrategia clara y concisa.

Aquí hay algunas recomendaciones específicas para GreenFruit para abordar la baja rivalidad entre los competidores actuales:

- Ofrecer productos o servicios únicos o superiores a los de sus competidores. Esto podría incluir productos orgánicos cultivados localmente, productos orgánicos certificados por organismos independientes o productos orgánicos con características únicas.
- Establecer relaciones con los clientes. Esto podría incluir servicios de entrega a domicilio, programas de fidelización de clientes o eventos especiales.



- Promocionar la marca GreenFruit. Esto podría incluir publicidad, relaciones públicas o marketing digital.

Al seguir estas recomendaciones, GreenFruit puede aumentar su ventaja competitiva en el mercado de frutas y verduras orgánicas frescas en Yerba Buena, Tucumán.

Análisis FODA de “GreenFruit”

Fortalezas

- Productos de alta calidad: GreenFruit se compromete a ofrecer productos orgánicos de alta calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.

Oportunidades

- Crecimiento del mercado: El mercado de frutas y verduras orgánicas frescas está creciendo a un ritmo acelerado.
- Cambio en las preferencias de los consumidores: Los consumidores están cada vez más preocupados por la salud y el medio ambiente, lo que está impulsando la demanda de frutas y verduras orgánicas frescas.
- Innovación: Hay oportunidades para que GreenFruit innove y desarrolle nuevos productos y servicios.

Debilidades



- Tamaño pequeño: GreenFruit es una empresa nueva y pequeña, lo que puede limitar su alcance y su capacidad para competir con empresas más grandes.
- Falta de recursos: GreenFruit puede tener dificultades para acceder a los recursos necesarios para crecer y expandirse.

Amenazas

- Nuevos competidores: La entrada de nuevos competidores podría aumentar la competencia y reducir los márgenes de beneficio.
- Cambios en las regulaciones: Los cambios en las regulaciones podrían dificultar la producción y comercialización de frutas y verduras orgánicas frescas.
- Cambios en las preferencias de los consumidores: Los cambios en las preferencias de los consumidores podrían reducir la demanda de frutas y verduras orgánicas frescas.

- **Estrategias de Comercialización**

Propuesta de valor

GreenFruit es la solución para quienes buscan una alimentación saludable y de calidad. Ofrecemos productos orgánicos, libres de agroquímicos, en un solo lugar. Nuestra propuesta de valor radica en la solución de un problema real, proporcionando productos frescos y nutritivos, que ayudan a mejorar la salud y calidad de vida.

Ventajas competitivas



GreenFruit tiene una serie de ventajas competitivas que le permiten diferenciarse de sus competidores:

- **Calidad y frescura:** GreenFruit trabaja con productores locales y certificados para garantizar la calidad y frescura de sus productos.
- **Conveniencia:** GreenFruit ofrece una experiencia de compra cómoda y conveniente, tanto en su tienda física como a través de su servicio a domicilio.
- **Servicio al cliente:** GreenFruit ofrece un servicio al cliente de alta calidad, con un equipo de profesionales que están siempre disponibles para ayudar a los clientes.

Canales de venta

GreenFruit utilizará los siguientes canales de venta para llegar a su público objetivo:

- **Tienda física:** La tienda física de GreenFruit estará ubicada estratégicamente en Yerba Buena, Tucumán, para facilitar el acceso de los clientes.
- **Web:** La web de GreenFruit será el principal canal de venta online, donde los clientes podrán encontrar toda la información sobre los productos y realizar sus compras.
- **Redes sociales:** GreenFruit utilizará las redes sociales para promocionar la marca y los productos, utilizando los canales de Instagram, Facebook y TikTok.
- **Email y WhatsApp:** GreenFruit ofrecerá a los clientes la posibilidad de comunicarse a través de email y WhatsApp para consultar dudas.

Política de precios



GreenFruit establecerá una política de precios que sea competitiva y que permita generar beneficios. Los precios de los productos de GreenFruit se basarán en los siguientes factores:

- Coste de los productos: GreenFruit buscará proveedores que le ofrezcan productos a precios competitivos.
- Margen de beneficio: GreenFruit establecerá un margen de beneficio que le permita generar ingresos.
- Inflación: GreenFruit se adaptará a la inflación para mantener sus precios competitivos.

Política de comunicación

GreenFruit utilizará una política de comunicación que sea efectiva y que llegue a su público objetivo. La comunicación de GreenFruit se basará en los siguientes elementos:

- Mensaje: El mensaje de GreenFruit será claro y conciso, y destacará los beneficios de los productos y servicios de la empresa.
- Canales: GreenFruit utilizará una variedad de canales para comunicar su mensaje, incluyendo las redes sociales, el email, WhatsApp y la página web.
- Tono: El tono de la comunicación de GreenFruit será positivo y optimista, y reflejará los valores de la empresa.

Evaluación y seguimiento



GreenFruit evaluará y seguirá el progreso de sus estrategias de marketing para asegurarse de que están siendo efectivas. La evaluación se basará en los siguientes indicadores:

- Número de visitas a la web: Este indicador medirá la cantidad de personas que están conociendo la marca y sus productos.
- Número de seguidores en redes sociales: Este indicador medirá la cantidad de personas que están interactuando con la marca en las redes sociales.
- Volumen de ventas: Este indicador medirá el éxito de las estrategias de marketing en términos de ventas.

Estrategias de marketing adicionales

Campañas de marketing inteligentes y creativas

GreenFruit desarrollará campañas de marketing inteligentes y creativas para promocionar sus productos. Las campañas se centrarán en los siguientes puntos:

-La calidad y la frescura de los productos: GreenFruit destacará la calidad y la frescura de sus productos, utilizando imágenes y vídeos atractivos.

-La sostenibilidad de la empresa: GreenFruit comunicará su compromiso con la sostenibilidad, explicando cómo sus productos son beneficiosos para el medio ambiente.



-El compromiso de GreenFruit con una vida saludable: GreenFruit promoverá un estilo de vida saludable, ofreciendo consejos y recomendaciones sobre cómo comer de forma saludable y sostenible.

Ejemplos de campañas

GreenFruit podría ofrecer campañas como:

-"Consume 10 kg de frutas y verduras orgánicas y gana un premio". Esta campaña incentivaría a los clientes a consumir más frutas y verduras orgánicas.

-"Realiza 10 días de ejercicio y gana una promoción". Esta campaña promovería un estilo de vida saludable.

-"Toma 100 litros de agua por mes y gana una promoción". Esta campaña fomentaría la salud y el bienestar.

Redes sociales

GreenFruit también podría utilizar las redes sociales para promocionar sus productos. La empresa podría crear contenido educativo y entretenido sobre los beneficios de una alimentación saludable y sostenible.

Ejemplos de contenido en redes sociales

GreenFruit podría crear contenido como:



-Recetas saludables y sostenibles

-Consejos para comer de forma saludable

-Información sobre los beneficios de una alimentación saludable

Para completar la información, se pidió el perfil del mercado objetivo de GreenFruit. Bard respondió lo siguiente:

El **perfil del mercado objetivo** de GreenFruit es el siguiente:

- Personas que buscan una alimentación saludable y sostenible.
- Personas que están preocupadas por su salud y el medio ambiente.
- Personas que valoran la calidad y la frescura de los alimentos.

Este perfil se puede segmentar aún más en función de los siguientes criterios:

- Edad: GreenFruit podría centrarse en personas de entre 25 y 45 años, ya que son las que suelen estar más interesadas en una alimentación saludable y sostenible.
- Ingresos: GreenFruit podría centrarse en personas con ingresos medios o altos, ya que suelen estar más dispuestas a pagar por productos de calidad.
- Ubicación: GreenFruit podría centrarse en personas que viven en ciudades, ya que suelen tener más acceso a productos saludables y sostenibles.

Teniendo en cuenta este perfil, GreenFruit podría adaptar su estrategia de marketing para llegar a su público objetivo de forma más efectiva. Por ejemplo, la empresa podría crear campañas de



marketing dirigidas a personas que viven en ciudades o que tienen ingresos medios o altos. También podría crear contenido en redes sociales que sea relevante para personas que están preocupadas por su salud y el medio ambiente.

A continuación, se presentan algunos ejemplos específicos de cómo GreenFruit podría adaptar su estrategia de marketing para llegar a su público objetivo:

- Campañas de marketing dirigidas a personas que viven en ciudades: GreenFruit podría crear campañas de marketing que se centren en la conveniencia de sus productos. Por ejemplo, la empresa podría ofrecer entregas a domicilio o descuentos para pedidos online.
- Campañas de marketing dirigidas a personas que tienen ingresos medios o altos: GreenFruit podría crear campañas de marketing que se centren en la calidad y la frescura de sus productos. Por ejemplo, la empresa podría ofrecer degustaciones o clases de cocina para mostrar a los clientes la calidad de sus productos.
- Campañas de marketing dirigidas a personas que están preocupadas por su salud y el medio ambiente: GreenFruit podría crear campañas de marketing que se centren en los beneficios de una alimentación saludable y sostenible.

- **Gestión y Personal**

Estructura de la organización



A corto plazo

GreenFruit se estructurará como una empresa unipersonal, con la fundadora ejerciendo como gerente general, responsable de todas las áreas de la empresa. Sin embargo, para poder llevar a cabo el emprendimiento de manera efectiva, la fundadora deberá contar con el apoyo de al menos seis personas más, con los siguientes perfiles:

Gerente general: responsable de la dirección general de la empresa.

Asesor legal: responsable de brindar asesoramiento legal a la empresa en temas como contratos, propiedad intelectual, etc.

Asesor contable: responsable de llevar la contabilidad de la empresa y brindar asesoramiento fiscal.

Especialista en producción orgánica: responsable de la supervisión de la producción de productos orgánicos.

Tesorero: encargado de la cobranzas y pagos, y la caja del negocio.

Encargado operacional: responsable de recibir entregas de proveedores, layout de la mercadería, etc.

Vendedor: encargado de recibir pedidos de clientes y preparar los mismos.

Responsabilidades y aptitudes necesarias



Gerente general:

-Experiencia en el sector de la alimentación y la sostenibilidad.

-Habilidades de gestión y liderazgo.

-Capacidad de planificación y ejecución.

-Capacidad de toma de decisiones.

Asesor legal:

-Título de abogado.

-Experiencia en el sector de la alimentación y la sostenibilidad.

-Habilidades de comunicación y negociación.

Asesor contable:

-Título de contador público.

-Experiencia en el sector de la alimentación y la sostenibilidad.

-Habilidades de comunicación y análisis.

Especialista en producción orgánica:



- Título de ingeniero agrónomo o equivalente.
- Experiencia en la producción de productos orgánicos.
- Habilidades de liderazgo y gestión de equipos.

Tesorero:

- Conocimientos de contabilidad y finanzas.
- Habilidades de gestión del dinero.
- Habilidades de comunicación y negociación.

Encargado operacional:

- Experiencia en la recepción de mercancías.
- Conocimientos de manipulación de alimentos.
- Habilidades de organización y planificación.

A largo plazo:

La estructura organizacional propuesta es la siguiente:

Equipo de dirección



Gerente general: responsable de la dirección general de la empresa.

Gerente de operaciones: responsable de las operaciones de la empresa, incluyendo la producción, la distribución y la logística.

Gerente de marketing y ventas: responsable de la planificación y ejecución de las estrategias de marketing y ventas de la empresa.

Gerente de finanzas: responsable de la gestión financiera de la empresa.

Gerente de RRHH: encargado de la selección personal, bienestar organizacional, entre otras funciones.

Especialista en producción orgánica: responsable de la supervisión de la producción de productos orgánicos.

Personal:

Tesorero: encargado de la cobranzas y pagos, y la caja del negocio.

Operarios: encargados de la organización de los alimentos dentro del mercado orgánico.

Vendedores: encargados de recibir pedidos de clientes y preparar los mismos.

Esta estructura organizacional es adecuada para el tamaño y la etapa de desarrollo de GreenFruit. Los perfiles propuestos son necesarios para que la empresa pueda crecer y escalar de manera efectiva.



La fundadora de GreenFruit deberá evaluar cuidadosamente sus necesidades y recursos para determinar la estructura organizacional más adecuada para la empresa.

Organigrama

A continuación, se presenta la respuesta brindada por Bard, al momento de solicitarle la elaboración del organigrama, teniendo en cuenta las estructuras organizacionales y la figura jurídica propuesta por la IA:

Organigrama de GreenFruit

A corto plazo

Gerente general

|

|

v

Asesor legal

Asesor contable

Especialista en producción orgánica

Tesorero

Encargado operacional

Vendedor

A largo plazo

Equipo de dirección

|

|

v

Gerente general

|

v

Gerente de operaciones

|

v

Gerente de marketing y ventas

|

v



Gerente de finanzas

|

v

Gerente de RRHH

|

v

Especialista en producción orgánica

|

|

v

Tesorero

|

v

Operarios

|

v

Vendedores

Organigrama a corto plazo

El organigrama a corto plazo de GreenFruit es el mismo que el que se presentó anteriormente. Sin embargo, se ha añadido una línea horizontal para separar las áreas de responsabilidad del gerente general.

Organigrama a largo plazo

El organigrama a largo plazo de GreenFruit también es el mismo que el que se presentó anteriormente. Sin embargo, se ha añadido una línea horizontal para separar el equipo de dirección del resto de los empleados.

Análisis de los organigramas

Los dos organigramas propuestos son adecuados para las necesidades de GreenFruit en las diferentes etapas de su desarrollo. El organigrama a corto plazo es adecuado para una empresa pequeña, con una fundadora que ejerce como gerente general. El organigrama a largo plazo es adecuado para una empresa en crecimiento, con un equipo de dirección más amplio.



La fundadora de GreenFruit deberá evaluar cuidadosamente sus necesidades y recursos para determinar la estructura organizacional más adecuada para la empresa. Algunos factores que deberá considerar son el tamaño de la empresa, la complejidad de sus operaciones, y el grado de crecimiento que espera.

Recomendaciones

La fundadora de GreenFruit deberá tener en cuenta las siguientes recomendaciones al momento de elegir la estructura organizacional más adecuada para su empresa:

- Escalabilidad: la estructura organizacional debe ser flexible y adaptable al crecimiento de la empresa.
- Eficiencia: la estructura organizacional debe ser eficiente y permitir que la empresa funcione de manera efectiva.
- Equidad: la estructura organizacional debe ser equitativa y brindar a todos los empleados oportunidades de desarrollo.

La fundadora deberá también tener en cuenta los siguientes factores al momento de diseñar la estructura organizacional de su empresa:

- Tamaño de la empresa: la estructura organizacional debe ser adecuada para el tamaño de la empresa.
- Complejidad de las operaciones: la estructura organizacional debe ser adecuada para la complejidad de las operaciones de la empresa.
- Grado de crecimiento esperado: la estructura organizacional debe ser adecuada para el grado de crecimiento esperado de la empresa.

La fundadora de GreenFruit deberá considerar cuidadosamente todos estos factores al momento de elegir la estructura organizacional más adecuada para su empresa.

Análisis respuesta brindada

Cuando se solicitó a Bard la creación de un organigrama para la empresa, considerando las estructuras organizativas proporcionadas por la misma IA y la figura jurídica (SA), recomendada por

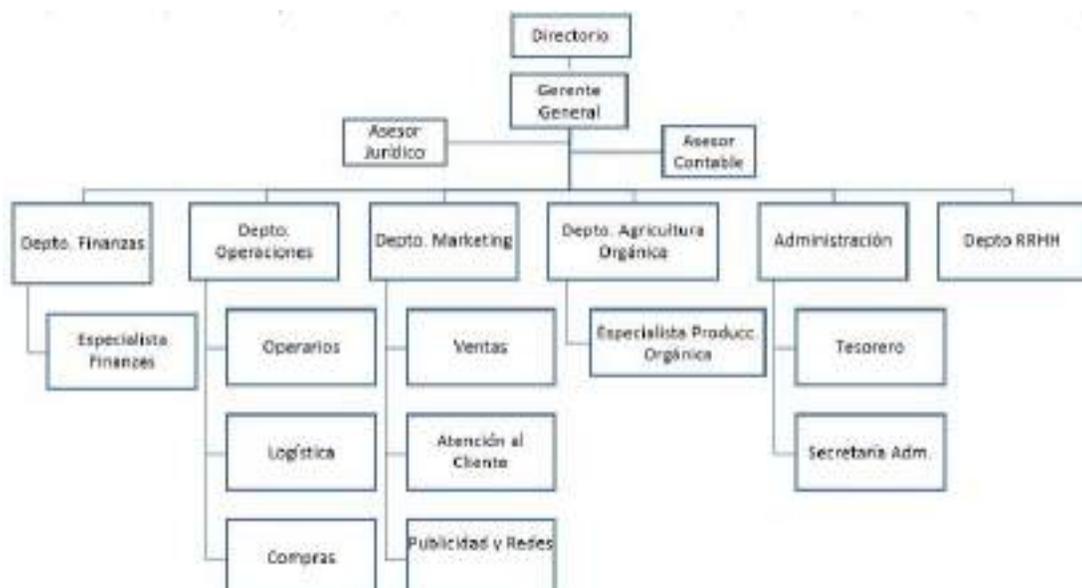


dicha IA, los resultados no cumplieron con las expectativas. Al igual que con Chat GPT, fue necesario elaborar manualmente el organigrama. Un aspecto positivo de la respuesta brindada, fueron las recomendaciones realizadas a la fundadora al momento de armar la estructura organizacional de la empresa.

Respecto a la figura jurídica, se desarrolla en la siguiente sección “Protección y Normativa”.

A continuación, se exhibe el organigrama propuesto para la empresa "GreenFruit", diseñado con miras a la escalabilidad del negocio.

Figura N°6: Organigrama Propuesto para GreenFruit- Bard



Fuente: Elaboración Propia. Microsoft Excel.

- **Protección y Normativa**

Legislación Argentina



En Argentina, la ley que regula la producción y comercialización de productos orgánicos es la Ley N° 25.127, de Productos Orgánicos, sancionada en 1999. Esta ley establece los principios y las normas generales para la producción, elaboración, envasado, transporte, almacenamiento y comercialización de productos orgánicos.

La ley establece que los productos orgánicos son aquellos que han sido producidos, elaborados y comercializados de conformidad con los principios y las normas establecidos en la ley. Estos principios se basan en la utilización de prácticas agrícolas y de manejo que respetan los ciclos naturales y que no utilizan productos químicos de síntesis.

La ley establece un sistema de certificación de productos orgánicos, que es obligatorio para todos los productos que se comercialicen como orgánicos. El sistema de certificación está a cargo de organismos acreditados por el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA).

Legislación Provincial (Tucumán)

En la provincia de Tucumán, la ley que regula la producción y comercialización de productos orgánicos es la Ley N° 7.250, de Productos Orgánicos, sancionada en 2005. Esta ley establece los principios y las normas generales para la producción, elaboración, envasado, transporte, almacenamiento y comercialización de productos orgánicos en la provincia.

La ley establece que los productos orgánicos que se comercialicen en la provincia deben cumplir con los requisitos establecidos en la ley nacional. Además, la ley establece que los productores orgánicos de la provincia deben inscribirse en un registro provincial.



Legislación Internacional

A nivel internacional, la norma que regula la producción y comercialización de productos orgánicos es la Norma Internacional de Producción Orgánica (NOP), establecida por el Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). Esta norma es reconocida por la mayoría de los países del mundo.

La NOP establece los requisitos para la producción, elaboración, envasado, transporte, almacenamiento y comercialización de productos orgánicos. Estos requisitos son similares a los establecidos en la ley nacional argentina.

Medidas de Cumplimiento

Para cumplir con la legislación y las normas aplicables, GreenFruit deberá adoptar las siguientes medidas:

- Forma jurídica: GreenFruit deberá adoptar una forma jurídica que le permita cumplir con las obligaciones legales y fiscales. Una opción posible es constituirse como **sociedad anónima (S.A)**.
- Propiedad intelectual: GreenFruit deberá registrar sus marcas y otros signos distintivos para proteger su propiedad intelectual.
- Normativas específicas: GreenFruit deberá cumplir con las normativas específicas aplicables a su actividad, como las normativas de seguridad alimentaria y las normativas ambientales.



En particular, GreenFruit deberá adoptar las siguientes medidas para cumplir con la legislación argentina y provincial:

- Obtener la certificación de productos orgánicos: GreenFruit deberá obtener la certificación de sus productos orgánicos por parte de un organismo acreditado por el SENASA.
- Inscribirse en el registro provincial de productores orgánicos: GreenFruit deberá inscribirse en el registro provincial de productores orgánicos.

Medidas adicionales para la exportación

En caso de que GreenFruit desee exportar sus productos a otros países, deberá cumplir con los requisitos de importación de los países de destino. Estos requisitos pueden variar de un país a otro, por lo que GreenFruit deberá realizar una investigación específica para cada país al que desee exportar.

En general, los requisitos de importación de productos orgánicos pueden incluir los siguientes:

- Certificación de productos orgánicos: GreenFruit deberá obtener la certificación de sus productos orgánicos por parte de un organismo acreditado por el país de destino.
- Documentación: GreenFruit deberá presentar la documentación requerida por el país de destino, como el certificado de origen, el certificado sanitario y el certificado de inspección fitosanitaria.



- Normativas específicas: GreenFruit deberá cumplir con las normativas específicas aplicables en el país de destino, como las normativas de seguridad alimentaria y las normativas ambientales.

GreenFruit deberá evaluar su situación específica para determinar las medidas de cumplimiento adicionales que sean necesarias para exportar sus productos a otros países.

- **Plan de Puesta en Marcha**

Plan de Puesta en Marcha para GreenFruit

El presente plan de puesta en marcha ha sido elaborado por Bard. El plan establece las actividades y tareas necesarias para iniciar las operaciones de GreenFruit, un mercado de productos orgánicos frescos.

El plan tiene un plazo de implementación de 3 meses, y se divide en las siguientes etapas:

- Búsqueda de local: El local comercial debe tener una superficie mínima de 50 m², estar ubicado en una zona accesible y con alta densidad de población, y ser accesible para personas con discapacidad.
- Búsqueda de proveedores: Los proveedores de productos orgánicos deben estar certificados por organismos acreditados, ofrecer una amplia variedad de productos orgánicos, ofrecer productos de alta calidad, y ofrecer precios competitivos.



- Contratación de personal: El equipo de trabajo debe estar conformado por profesionales con experiencia en el sector de la alimentación orgánica, y tener experiencia en la venta al por menor.
- Obtención de certificación orgánica: GreenFruit deberá obtener la certificación orgánica necesaria para operar como mercado de productos orgánicos.
- Compra de inventario: El inventario debe ser suficiente para cubrir la demanda de los consumidores durante la primera semana de operaciones.
- Marketing y publicidad: GreenFruit deberá desarrollar una estrategia de marketing y publicidad para promocionar sus productos.
- Apertura del mercado: GreenFruit abrirá sus puertas al público el 22 de marzo de 2024.

El plan incluye un cronograma de implementación, así como los requerimientos técnicos necesarios para completar cada actividad o tarea.

La fundadora de GreenFruit deberá realizar un seguimiento del progreso del plan y realizar los ajustes necesarios según sea necesario. También deberá establecer mecanismos de control para garantizar que el plan se implemente de manera efectiva.

Recomendaciones específicas

- La fundadora de GreenFruit deberá realizar una investigación exhaustiva para identificar proveedores de productos orgánicos que cumplan con los requisitos establecidos en el plan.



- La fundadora de GreenFruit deberá recopilar toda la documentación necesaria para solicitar la certificación orgánica.
- La fundadora de GreenFruit deberá realizar un pedido de inventario suficiente para cubrir la demanda de los consumidores durante la primera semana de operaciones.
- La fundadora de GreenFruit deberá desarrollar una estrategia de marketing y publicidad que sea efectiva para llegar al público objetivo de GreenFruit.

Tabla: Cronograma de actividades y tareas para la puesta en marcha de GreenFruit

Actividad	Responsable	Plazo de implementación	Requerimientos técnicos	Tiempo estimado
Búsqueda de local	Fundadora	Diciembre 2023 - Enero 2024	Requerimientos de espacio, ubicación y accesibilidad	1 mes
Búsqueda de proveedores	Fundadora	Diciembre 2023 - Enero 2024	Requerimientos de proveedores, productos y precios	1 mes
Contratación de personal	Fundadora	Diciembre 2023 - Enero 2024	Requerimientos de perfiles profesionales, experiencia y formación	1 mes
Obtención de certificación Productos orgánicos	Fundadora	Diciembre 2023 - Enero 2024	Requerimientos de documentación y procesos	1 mes
Compra de inventario	Fundadora	febrero 2024	Requerimientos de proveedores, productos y precios	1 semana
Marketing y publicidad	Fundadora	Febrero 2024 - Marzo 2024	Requerimientos de canales, mensajes y presupuesto	2 meses
Apertura del mercado	Fundadora	marzo 2024	Requerimientos de permisos y licencias	1 mes

Fuente: Bard

- **Análisis de Riesgo**

El análisis de riesgo es un proceso fundamental para cualquier plan de negocios. Consiste en identificar, evaluar y mitigar los riesgos que pueden afectar al negocio.

En el caso de GreenFruit, los principales riesgos que se pueden identificar son los siguientes:



- Acción de la competencia: El mercado de productos orgánicos frescos es cada vez más competitivo. La fundadora de GreenFruit deberá analizar a la competencia y desarrollar estrategias para diferenciarse de ella.
- Cambios tecnológicos: Los avances tecnológicos pueden afectar a cualquier negocio. La fundadora de GreenFruit deberá estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas y estar preparada para adaptar su negocio a ellas.
- Cambios legales: Los cambios en la legislación pueden afectar al funcionamiento del negocio. La fundadora de GreenFruit deberá mantenerse actualizada sobre los cambios legales que puedan afectar a su negocio.
- Cambios económicos: Los cambios en la economía pueden afectar a la demanda de productos orgánicos frescos. La fundadora de GreenFruit deberá estar preparada para adaptarse a los cambios económicos que puedan producirse.

Escenarios posibles

Para evaluar los riesgos, la fundadora de GreenFruit deberá considerar los siguientes escenarios posibles:

- Escenario base: En este escenario, la situación económica se mantiene estable y la competencia no aumenta significativamente. En este escenario, los riesgos para GreenFruit son relativamente bajos.
- Escenario adverso: En este escenario, la situación económica se deteriora y la competencia aumenta. En este escenario, los riesgos para GreenFruit son elevados.



Riesgos probables

En función de los escenarios posibles, los riesgos probables para GreenFruit son los siguientes:

- Escenario base: El riesgo más probable es el de la acción de la competencia. La fundadora de GreenFruit deberá desarrollar una estrategia de diferenciación para destacarse de la competencia.
- Escenario adverso: Los riesgos más probables son el de la inflación y el de la disminución de la demanda. La fundadora de GreenFruit deberá tomar medidas para mitigar estos riesgos, como negociar contratos a largo plazo, diversificar la cartera de productos e innovar constantemente.

Ponderación de riesgos

La fundadora de GreenFruit deberá ponderar los riesgos en función de su probabilidad de ocurrencia e impacto. En el caso de GreenFruit, los riesgos se ponderan de la siguiente manera:

- Acción de la competencia: 50%
- Cambios tecnológicos: 25%
- Cambios legales: 15%
- Cambios económicos: 10%

Costo de mitigación



La fundadora de GreenFruit deberá evaluar el costo de mitigar los riesgos. En el caso de GreenFruit, el costo de mitigar los riesgos se estima de la siguiente manera:

- Acción de la competencia: Alto
- Cambios tecnológicos: Medio
- Cambios legales: Bajo
- Cambios económicos: Medio

Plan alternativo

Además de un plan de mitigación, la fundadora de GreenFruit deberá desarrollar un plan alternativo para hacer frente a las posibles contingencias. En el caso de GreenFruit, el plan alternativo podría incluir las siguientes medidas:

- En caso de aumento de la competencia: La fundadora de GreenFruit podría ampliar su oferta de productos o servicios, o podría reducir los precios.
- En caso de cambios tecnológicos: La fundadora de GreenFruit podría invertir en investigación y desarrollo para mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias.
- En caso de cambios legales: La fundadora de GreenFruit podría contratar a un abogado para que la asesore sobre los cambios legales.
- En caso de cambios económicos: La fundadora de GreenFruit podría diversificar su cartera de productos para reducir la dependencia de un solo producto o mercado.

Recomendaciones



La fundadora de GreenFruit deberá seguir las siguientes recomendaciones para mitigar los riesgos:

- Desarrollar una estrategia de diferenciación: La fundadora de GreenFruit debe desarrollar una estrategia de diferenciación que le permita destacarse de la competencia.
- Innovar constantemente: La fundadora de GreenFruit debe innovar constantemente para desarrollar nuevos productos o servicios que puedan ofrecer un mayor valor a los clientes.
- Mantenerse actualizada sobre los cambios en el entorno: La fundadora de GreenFruit debe mantenerse actualizada sobre los cambios en el entorno, como los cambios económicos, tecnológicos y legales.

Es importante que la fundadora de GreenFruit revise periódicamente su análisis de riesgo para asegurarse de que sigue siendo preciso y actualizado.



- **Pasos a seguir:**

Queda pendiente para la finalización del trabajo, el desarrollo de las secciones “Plan Económico Financiero” y “Resumen Ejecutivo” de los capítulos 1 y 2 del Paso N°4. Para luego, volcar las observaciones realizadas a lo largo del proceso de elaboración, y de esta manera, poder comparar ambas IA y sacar conclusiones.



Bibliografía

- Atsmon, Y. (2023, 11 de enero). La Inteligencia Artificial en la Estrategia. McKinsey & Company.
Recuperado de:
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/la-inteligencia-artificial-en-la-estrategia/es>
- AWS. (2023). ¿Qué es la Inteligencia Artificial Generativa?. Amazon Web Service. Recuperado de:
<https://aws.amazon.com/es/what-is/generative-ai/>
- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos. McGraw-Hill.
- Bard Experimental. (s.f). Preguntas Frecuentes sobre Bard. Google. Recuperado de:
<https://bard.google.com/faq>
- Berges M., Casellas K., Vigouroux A. y Sabionni M. (2006). El mercado internacional de productos orgánicos y las posibilidades para Argentina. Universidad Nacional de Mar del Plata.
<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1061/1/berges.etal.2006.pdf>
- Chui, M., Yee, L., Hall, B., Singla, A., & Sukharevsky, A. (2023, 1 de agosto). El estado de la IA en 2023: El año clave de la IA Generativa. McKinsey & Company. Recuperado de:
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/el-estado-de-la-ia-en-2023-el-ano-clave-de-la-ia-generativa/es>
- Comisión Interamericana de Agricultura Orgánica. (2019). La tierra orgánica del mundo sigue creciendo: más de 72,3 millones de hectáreas de tierras agrícolas son orgánicas. Recuperado de:
https://www.ciaorganico.net/recursos_noticias.php?id=2438&t=s
- Consejo Elaborador de Normas de Administración. (2019). Resolución Técnica 49 - Marco Conceptual e Informe Para un Plan de Negocios. Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas. Recuperado de:



<https://www.facpce.org.ar/pdf/RT%2049%20%20%20Marco%20conceptual%20e%20Informe%20para%20Plan%20de%20Negocios.pdf>

- Elver, H. (2016, 3 de agosto). Informe provisional de la Relatora Especial sobre el derecho a la alimentación. Asamblea General de las Naciones Unidas. Recuperado de:
https://conahcyt.mx/cibiogem/images/cibiogem/normatividad/estandares_dh/docs_estandares_dh/Relatora_derecho_a_la_alimentacin_enfoque_derechos_humanos_2016.pdf
- Endeavor. (2018). El Impacto de una Inteligencia Artificial en el Emprendimiento. Al Latin America. Everis. Recuperado de:
https://www.academia.edu/36931909/EL_IMPACTO_DE_LA_INTELIGENCIA_ARTIFICIAL_EN_EL_EMPRENDIMIENTO
- García Puertas, CK (2015). Plan de negocios para la creación de un restaurante de comida a base de productos orgánicos en la parroquia Ayacucho de la ciudad de Guayaquil. Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Recuperado de:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9957/1/UPS-GT000982.pdf>
- Gobierno de México. (sf). Alimentos Orgánicos. Recuperado de:
<https://www.gob.mx/profeco/documentos/alimentosorganicos?state=published#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20son%20productos,aguas%20residuales%2C%20o%20variedades%20trns%20g%C3%A9nicas>
- Granieri, M. (2023, 5 de marzo). ¿Qué es la Inteligencia Artificial Generativa?. OBS Business School. Recuperado de:
www.obsbusiness.school/blog/que-es-la-inteligencia-artificial-generativa
- Hernández Sampieri, R. (2018). Metodología de la Investigación. Educación de McGraw Hill.



- Ley N ° 25.127, Ley de Producción Ecológica, Biológica u Orgánica. (1999). Honorable Congreso de la Nación, 13 de septiembre de 1999. Recuperado de:
<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25127-59885/texto>
- Ley N ° 27.734, Ley de Promoción de la Producción Orgánica para Economías Regionales. (2023). Boletín Oficial de la República Argentina, 12 de octubre de 2023. Recuperado de:
<https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/295975/20231012>
- Longenecker, J., Petty, J.W., Palich, L., & Hoy F. (2012). Administración de pequeñas empresas. Cengage Learning.
<https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/65fb99f2f7dce69900c89b17a8f96699.pdf>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (sf). Sustancias, productos químicos y residuos peligrosos - Agroquímicos. Argentina.gob.ar. Recuperado de:
<https://www.argentina.gob.ar/ambiente/control/productosquimicos/agroquimicos#:~:text=Entr e%20los%20efectos%20adversos%20a,una%20amenaza%20a%20la%20biodiversidad>
- Mollano Catillejo, LE (2017). Plan de Negocios. Macro editorial. Enlace:
<https://books.google.es/books?id=j7wtDwAAQBAJ&lpg=PT5&ots= aAYiHtDDm&dq=plan%20de %20negocios%20definicion&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Moreno J. y Ferraz Almeida R. (2023). Características del mercado de productos orgánicos y las oportunidades para Brasil. Revista Agri-Ciencias Ambientales, Palmas -TO. Enlace:
<file:///D:/Downloads/8108-Texto%20do%20artigo-28244-1-10-20230331.pdf>
- Pedraza Rendón, OH (2014, 21 de octubre). Modelo del Plan de Negocios: para micro y Pequeña Empresa. Grupo Editorial Patria. Enlace:
https://books.google.es/books?id=u9zhBAAAQBAJ&dq=plan+de+negocios+%22peque%C3%B1a +empresa%22&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s



- Rodríguez E., Gentile N., Lupín B. y Garrido L. (2002). EL MERCADO INTERNO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS: PERFIL DE LOS CONSUMIDORES ARGENTINOS. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales-Universidad Nacional de Mar del Plata.
<https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1010/1/00154.pdf>
- Russell SJ y Norving, P. (2004). Inteligencia Artificial. Un enfoque moderno. Pearson-Prentice Hall.
- Sosa Sierra, M. (2007). Inteligencia Artificial en la gestión financiera empresarial. Pensamiento y Gestión. Universidad del Norte Barranquilla, Colombia.
https://drive.google.com/file/d/1Xjj9_780Ewo9uiPBbPbVKgAQqh42NZNR/view
- Talamoni, S. (2022). El agregado de valor: principal desafío de los elaboradores de productos orgánicos. Instituto Nacional de Tecnología Industrial – INTI.
[https://www.inti.gov.ar/assets/uploads/files/economia-industrial/05-2021/productos-organicos-\(Analisis-INTI\).pdf](https://www.inti.gov.ar/assets/uploads/files/economia-industrial/05-2021/productos-organicos-(Analisis-INTI).pdf)
- Tierra Viva. (2022, 3 de noviembre). Informe del INTA sobre uso de agrotóxicos: la producción por encima de la salud y el ambiente. Tierra Viva – Agencia de Noticias. Recuperado de:
<https://agenciaterraviva.com.ar/informe-del-inta-sobre-uso-de-agrotoxicos-la-produccion-por-encima-de-la-salud-y-el-ambiente>
- Universidad Oberta de Catalunya (s.f). ¿Cómo preguntar a la IA? – Prompts de utilidad para el profesorado para utilizar IA Generativa. Universitat Oberta de Catalunya. eLearning Innovation. Recuperado de:
https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/147885/2/Manual%20IA_PROMPTS_CAS.pdf