

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**



**TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN (TPF501)**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y**  
**COMERCIALIZACIÓN DE MANTEQUILLA DE MANÍ FITNESS**

**GRUPO 1**

**UNIVERSITARIOS:**

**BUSTILLOS VARAS OSCAR MARCELO**  
**JURADO TORREZ FRANCISCO JAVIER**

**DOCENTE GUÍA: SILISQUE MAMANI ADRIAN**

**DICIEMBRE DE 2018**  
**TARIJA – BOLIVIA**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE MANTEQUILLA DE MANÍ FITNESS

POR:

BUSTILLOS VARAS OSCAR MARCELO

JURADO TORREZ FRANCISCO JAVIER

TESIS PRESENTADA A CONSIDERACIÓN DE LA “UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO” COMO REQUISITO PARA  
OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DICIEMBRE DE 2018

**TARIJA – BOLIVIA**

---

M.Sc. Lic. Silisque Mamani Adrian  
**DOCENTE GUÍA**

---

M.Sc. Lic. Rodríguez Ortega Anselmo

**DECANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONOMICAS Y FINANCIERAS**

---

M.Sc. Lic. Vargas Rivera Víctor Jorge

**VICE DECANO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONOMICAS Y FINANCIERAS**

**APROBADO POR:**

**TRIBUNAL**

---

M.Sc. Lic. Vaca Jerez Victor John

---

M.Sc. Lic. Rodríguez Ortiz Franz Sergio

## *DEDICATORIA*

*El presente trabajo se lo dedicamos al forjador de nuestro camino padre celestial que nos acompaña y siempre nos levanta en cada tropiezo que damos por guiarnos y jamás abandonarnos en esta etapa de profesionalización.*

### *AGRADECIMIENTO*

- *A Dios, por ser la guía en todo momento*
- *A nuestros padres por el apoyo incondicional y ser el motivo por el cual luchar cada día*
- *A los docentes de la U.J.M.S. de la carrera de Administración de Empresas por el conocimiento que nos brindaron a lo largo de esta carrera profesional.*

## ÍNDICE

### PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANTEQUILLA DE MANÍ FITNESS

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Justificación.....	2
1.1.1. Justificación teórica.....	2
1.1.2. Justificación Práctica.....	3
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.2.2.1. Necesidades primarias del tipo fisiológico: .....	5
1.2.2.2. Necesidades medicinales:.....	5
1.3. Objetivos.....	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivos específicos .....	6
1.4. MARCO METODOLÓGICO.....	7
1.4.1. Según el nivel de investigación.....	7
1.4.2. Investigación exploratoria.....	7
1.4.3. Investigación descriptiva.....	8
1.5. Según el diseño.....	8
1.5.1. Investigación documental o diseño documental.....	8
1.5.2. Investigación de campo o diseño de campo.....	8
1.6. Selección instrumentos de investigación.....	9
1.6.1. Cuestionario.....	9
2. ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO.....	10
2.1.2. Factor Económico.....	11
2.1.3. Factor Social.....	13

2.1.4.	Factor Tecnológico.....	14
2.1.5.	Factor Ambiental.....	15
2.2.	ANÁLISIS DEL AMBIENTE INTERNO.....	17
2.2.2.	Poder de negociación de los proveedores.....	18
2.2.3.	Poder de negociación de los clientes.....	19
2.2.4.	Productos sustitutos.....	20
2.2.5.	La amenaza de nuevos entrantes (Barreras a la entrada).....	20
3.	PLAN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	24
3.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	24
3.1.1.	Planteamiento del problema.....	24
3.1.1.1.	Formulación del problema de investigación de mercados.....	25
3.1.3.	Objetivos específicos.....	25
3.1.4.1.	Fuentes de información.....	25
3.1.4.2.	Método de recopilación de datos.....	26
3.1.4.3.	Diseño del cuestionario.....	26
3.1.4.4.	Tipo de cuestionario.....	26
3.1.4.5.	Tipo de preguntas.....	26
3.1.4.6.	Determinación de la muestra.....	27
3.1.4.7.	Definición de la población.....	27
3.1.4.8.	Identificación del marco muestral.....	27
3.1.4.9.	Selección de un procedimiento de muestreo.....	27
3.1.4.10.	Determinación del tamaño de muestra.....	28
3.1.5.	Procesamiento de datos.....	29
3.1.5.1.	La Revisión Crítica.....	30
3.1.5.2.	El ordenamiento.....	30

3.1.5.3.	La Clasificación de datos.....	30
3.1.6.	Presentación y análisis de resultados .....	30
3.2.	PLAN DE MARKETING.....	40
3.2.1.	Análisis de la competencia.....	40
3.2.2.	Determinación del mercado objetivo.....	41
3.2.4.	Análisis de la demanda.....	42
3.2.5.	Estrategias de marketing.....	43
3.2.5.4.	Estrategias de crecimiento e inversión.....	46
3.2.6.	Presupuesto de marketing.....	46
4.	PLAN DE OPERACIONES.....	48
4.1.	Descripción del producto.....	48
4.1.1.	Generalidades del maní.....	49
4.1.2.	Mantequilla de maní.....	50
4.1.3.	Almacenamiento y tiempo de vida útil.....	50
4.2.	Descripción del Flujograma de proceso de la mantequilla de maní.....	50
4.3.	Proceso de producción.....	51
4.5.	Localización.....	53
5.	ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO.....	55
5.1.	Aspectos legales de la empresa.....	55
5.1.1.	Forma jurídica de la empresa .....	55
5.1.2.	Tramites de Constitución.....	55
5.1.3.	Marco de referencia para el funcionamiento de la empresa.....	60
5.1.3.1.	Planeamiento estratégico.....	60
5.1.3.2.	Misión.....	60
5.1.3.3.	Visión.....	60

5.1.3.4.	Objetivo general de la empresa.....	60
5.1.3.5.	Objetivos específicos.....	60
5.1.4.	Organización y recursos humanos.....	61
5.1.4.1.	Requerimiento de personal.....	61
5.1.5.	Estructura organizacional.....	62
5.1.6.	Manual de funciones.....	64
6.	PLAN FINANCIERO.....	76
6.1.	Inversiones.....	76
6.2.	Determinación del capital de trabajo .....	79
6.3.	Estructura de las inversiones.....	80
6.4.	Costo financiero.....	82
6.5.	Cálculo de la depreciación.....	83
6.6.	Costos de producción o fabricación.....	83
6.7.	Estructura de costos.....	85
6.8.	Precio de venta.....	86
6.9.	Proyección de ingresos.....	87
6.10.	Proyección de egresos.....	87
6.12.	Estado de resultados.....	89
6.13.	Evaluación económica financiera.....	90
6.14.	Evaluación financiera .....	91
7.	PLAN DE IMPLEMENTACION.....	94
7.1.	Objetivos.....	94
7.2.	Planificación de la implantación.....	94
7.2.1.	Responsables.....	95
7.2.2.	Actividades necesarias a desarrollar.....	95

7.3.	Desarrollo del plan de implementación.....	96
7.3.1.	Primera etapa.....	96
7.3.2.	Segunda etapa.....	96
7.3.3.	Tercera etapa.....	96
7.3.4.	Cronograma de implementación.....	96
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	99
8.1.	Objetivos.....	99
8.2.	Factores de riesgo.....	99
8.3.	Estrategias de respuesta preventiva.....	100
8.4.	Plan de emergencias.....	100
8.4.1.	Procedimiento del plan de emergencia.....	101
8.4.1.1.	Medidas técnicas.....	101
7.5.1.5.	Medidas de recuperación.....	102
9.	Conclusiones plan de negocios.....	103
10.	Recomendaciones del plan de negocios.....	104