

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ADM-599 TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II**  
**PROYECTO DE GRADO**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE HOJUELAS DE AMARANTO EN LA  
CIUDAD DE TARIJA**

**POR:**

**GIRON TATIANA SOLEDAD**

Trabajo de profesionalización presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO” como requisito para optar el grado académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

**Docente Guía: M.Sc.Lic. Milvian Dunia Ramirez**

**GESTIÓN 2023**

**TARIJA-BOLIVIA**

## **DEDICATORIA:**

A mi madre,

Esta tesis está dedicada a ti, por ser mi principal apoyo y fuente de inspiración.

Siempre me has enseñado que los obstáculos son oportunidades para crecer y aprender. Gracias a ti, nunca he dejado de luchar por mis sueños.

Por su amor incondicional, su apoyo incansable y su fe inquebrantable en mí.

A mis amigos,

Por su amistad, su compañía y su aliento constante.

## INDICE

### PLAN DE INVESTIGACIÓN

#### CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. ANTECEDENTES .....	1
1.2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	2
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	4
1.3.1. Justificación Práctica .....	4
1.3.2. Justificación Social.....	4
1.4. NECESIDADES INSATISFECHAS .....	4
1.5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	7
1.5.1. Formulación del problema.....	8
1.6. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	8
1.6.1. Objetivo General.....	8
1.6.1.1. Objetivos Específicos .....	8
1.7. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	9
1.7.1. Tipo De Investigación .....	9
1.7.3. Población .....	10
1.7.4. Muestreo.....	11
1.8. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.8.1. Delimitación Teórica.....	11
1.8.2. Delimitación Temporal .....	12
1.8.3. Delimitación Geográfica .....	12

#### CAPÍTULO II

##### ANÁLISIS DEL CONTEXTO

2.1.1. ENTORNO POLITICO-LEGAL .....	12
2.1.2. ENTORNO ECONÓMICO.....	13
2.1.3. ENTORNO SOCIAL .....	17
2.1.4. ENTORNO TECNOLÓGICO .....	18
2.1.5. ENTORNO AMBIENTAL .....	18
2.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO .....	20

2.2.1.	AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES .....	21
2.2.2.	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES ACTUALES .....	22
2.2.3.	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES .....	23
2.2.4.	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CONSUMIDORES .....	24
2.2.5.	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS .....	24

### CAPÍTULO III

#### INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	28
3.1.1.	Proyecto de Investigación de Mercados .....	28
3.1.1.2	Problema de Investigación de Mercados .....	28
3.1.1.3.	Formulación del problema .....	28
3.1.1.4.	Problema Gerencial .....	28
3.2.	Objetivos de la Investigación de Mercados.....	29
3.2.1.	Objetivo general .....	29
3.2.2.	Objetivos específicos.....	29
3.3.	Diseño de Investigación .....	29
3.3.1.	Métodos y técnicas de Investigación de Mercados.....	29
3.3.2.	Recopilación de la información .....	30
3.3.3.	Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra .....	30
3.4.	RELACIÓN OBJETIVO PREGUNTAS.....	33
3.5.	Presentación y Análisis de Resultado.....	37
3.6.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	51

### CAPÍTULO IV

#### PLAN DE MARKETING

4.1.	PLAN DE MARKETING. ....	52
4.2.	Objetivos de marketing .....	52
4.3.	Segmentación de Mercado .....	52
4.4.	Determinación de la demanda .....	53
4.5.	Marketing Mix.....	56
4.5.1.	Producto .....	56

4.5.1.1. Empaque .....	57
4.5.1.3. Logotipo para la empresa .....	59
4.5.1.4. Diseño final del producto .....	59
4.5.2. Precio .....	60
4.5.3. Plaza .....	60
4.5.4. Promoción .....	60
4.6. Estrategias de marketing.....	63
4.7. Presupuesto de Marketing. ....	65
4.8. Plan de acción .....	66

## CAPÍTULO V

### PLAN DE PRODUCCIÓN

5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN. ....	68
5.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	68
5.2.1. Tipo de Proceso .....	71
5.2.2. Flujograma del Proceso .....	72
5.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO .....	73
5.3.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias.....	73
5.4. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES .....	80
5.4.1. Necesidad de materia prima .....	80
5.4.2. Proveedores negociables .....	81
5.5. CAPACIDAD PRODUCTIVA .....	81
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	82
5.6. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINA .....	84
5.7. PLAN DE PRODUCCIÓN ANUAL.....	84

## CAPÍTULO VI

### PLAN ORGANIZACIONAL Y DE CAPACIDADES HUMANAS

6.1. OBJETIVOS DEL AREA DE CAPACIDADES HUMANAS.....	85
6.2. GESTIÓN EMPRESARIAL.....	85
6.2.1. Visión, Misión y Valores de la empresa.....	85
6.2.1.1. Visión.....	85

6.2.1.2. Misión .....	85
6.2.1.3. Valores de la empresa .....	85
<b>6.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL .....</b>	<b>86</b>
6.3.1. Estructura Organizacional .....	86
6.3.2. Descripción y Perfil de Puestos.....	87
6.3.3. Proceso de Integración del Personal.....	89
<b>6.4. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS .....</b>	<b>91</b>
6.4.1. Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios .....	92
<b>6.5. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>91</b>
6.5.1. Obligaciones Fiscales .....	91
6.5.1.1. Alcaldía Municipal.....	93
6.5.1.2. SEPREC .....	94
6.5.1.3. Servicio de Impuestos Nacionales .....	96
6.5.1.4. Administradora de Fondo de Pensiones.....	97
6.5.1.5. Caja Nacional de Salud.....	98
6.5.1.6. Ministerio de Trabajo .....	98
6.5.1.7. SEDES.....	99
6.5.1.7. SENAPI.....	99
6.5.1.7. SENASAG.....	99
6.5.1.8. PRO BOLIVIA .....	101
6.5.1.7. Otros.....	102
<b>6.6. Presupuesto de Gastos de Organización.....</b>	<b>103</b>

## **CAPÍTULO VII**

### **PLAN FINANCIERO**

<b>7.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA .....</b>	<b>104</b>
<b>7.2. COSTOS DE PRODUCCIÓN .....</b>	<b>104</b>
7.2.1. Determinación del costo de producción .....	104
<b>7.3. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL Y UNITARIO .....</b>	<b>105</b>
<b>7.4. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS.....</b>	<b>107</b>
7.4.1. Proyección de costos anuales.....	107
<b>7.5. ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>109</b>

7.5.1. Estructura del Capital de Trabajo .....	109
7.5.2. Requerimiento de Activos Fijos e Intangibles .....	109
7.5.3. Activos Diferidos o Intangibles .....	112
7.5.4. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	113
7.5.5. Estructura de Inversiones.....	114
7.5.6. Fuentes de Financiamiento .....	114
7.5.7. Balance de Apertura .....	116
7.6. FLUJO DE CAJA.....	118
7.7. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO .....	121
7.7.1. El Valor Actual Neto (VAN) .....	121
7.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	122
7.7.3. El periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	122
7.7.4. Relación Beneficio / Costo (B/C).....	123
8. CONCLUSIONES.....	125
9. RECOMENDACIONES .....	126
BIBLIOGRAFIA.....	127
WEBGRAFIA .....	128
ANEXOS .....	135

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	<b>Análisis fisicoquímico del amaranto, quinua y tarwi, INLASA, la Paz Bolivia</b>	<b>3</b>
<b>Tabla 2:</b>	<b>Niveles de sobrepeso en los niños por departamento</b>	<b>6</b>
<b>Tabla 3:</b>	<b>Indice de precios al consumidor (IPC)</b>	<b>14</b>
<b>Tabla 4:</b>	<b>Cuadro de evaluación de impacto</b>	<b>19</b>
<b>Tabla 5:</b>	<b>Cuadro de evaluación de impacto</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 6:</b>	<b>Cálculo de la muestra</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 7:</b>	<b>Población de la provincia cercado</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 8:</b>	<b>Población según escenarios proyectados para el año 2024 al 2026)</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 9:</b>	<b>Determinación de la demanda de los posibles consumidores potenciales</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 10:</b>	<b>Cantidad demandada según escenarios (Expresado en kilogramos)</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 11:</b>	<b>Proyección de la demanda para los próximos dos años (Expresado en unidades)</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 12:</b>	<b>Presupuesto de publicidad</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 13:</b>	<b>Presupuesto de redes sociales</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 14:</b>	<b>Plan de acción</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 15:</b>	<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 16:</b>	<b>Equipo de computación</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 17:</b>	<b>Muebles y enseres</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 18:</b>	<b>Materia prima requerida</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 19:</b>	<b>Capacidad de producción requerida</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 20:</b>	<b>Capacidad de producción de hojuelas de amaranto en un año</b>	<b>84</b>
<b>Costos fijos</b>		<b>104</b>
<b>Tabla 21:</b>	<b>Descripcion de perfil de puestos</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 22:</b>	<b>Planilla de sueldos y Salarios</b>	<b>93</b>



<b>Tabla 23: Presupuesto de gastos de organizazación .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 24 Costos Fijos .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabla 25: Costos Variables .....</b>	<b>105</b>
<b>Tabla 26: Proyección de los costos anuales(Optimista) .....</b>	<b>107</b>
<b>Tabla 27: Proyección de los costos anuales(Esperado) .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 28: Proyección de los costos anuales(Esperado) .....</b>	<b>108</b>
<b>Tabla 29:Requerimiento de equipo y computación .....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 30:Requerimiento de Muebles y Enseres.....</b>	<b>109</b>
<b>Tabla 31:Requerimiento de maquinaria y equipo .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 32:Requerimiento de herramientas .....</b>	<b>110</b>
<b>Tabla 33:Requerimiento de Implementos de limpieza requeridos.....</b>	<b>111</b>
<b>Tabla 34:Requerimiento de vehículo.....</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 35:Activos Diferidos .....</b>	<b>112</b>
<b>Tabla 36:Activos fijos .....</b>	<b>113</b>
<b>Tabla 37:Depreciación de activos fijo.....</b>	<b>113</b>
<b>Tabla 38:Estructura de inversiones.....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 39:Fuentes de financiamiento.....</b>	<b>114</b>
<b>Tabla 40: Amortizaciones .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 41: Flujo de caja (Optimista) .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 42:Flujo de caja (Esperado) .....</b>	<b>115</b>
<b>Tabla 43: Amortizaciones (Pesimista) .....</b>	<b>115</b>

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1: Variación porcentual acumulada del índice de precios al consumidor.....</b>	<b>15</b>
<b>Figura 2: Tasa de crecimiento económico por año 2014-2020 (a precios constantes) .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 3: Inflación de Tarija según categorías .....</b>	<b>17</b>
<b>Figura 4: Cinco Fuerzas de Porter .....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 5: Flujograma del proceso .....</b>	<b>75</b>