

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

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO**



**ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE UN EDULCORANTE  
NATURAL EN POLVO A BASE DE YACON**

**DOCENTE GUÍA:** Lic. Adrián Silisque M.

**POSTULANTE:** Anel Gutiérrez Alvarado

**Luis Fernando Gonzales Severich**

**Tarija-Bolivia  
2012**



**VºBº**

.....  
**M.Sc. Lic. Adrián Silisque**  
**DOCENTE GUÍA**

.....  
**M.Sc. Lic. Bernardo Muñoz Vargas**  
**DECANO DE LA F.C.E Y F.**

.....  
**M.Sc. Lic. Víctor Vargas Rivera**  
**VICEDECANO DE LA F.C.E Y F.**

.....  
**M. Sc. Lic. Waldo Gumiel Vela**  
**Director del Departamento de Administración y Administración Aplicada**

**APROBADO POR:**

**TRIBUNAL:**

.....  
**M. Sc. Lic. Victor Vargas Rivera**

.....  
**M. Sc. Lic. Luis Enrique Gutiérrez**

El tribunal calificador del presente trabajo, no se solidariza con la forma, términos y expresiones vertidas en el trabajo, siendo este únicamente responsabilidad del autor.

## **DEDICATORIA**

A mis queridos Padres, en agradecimiento a todo su amor, y el apoyo incondicional, dedicación, pero sobre todo por formar parte primordial de mi vida, por ser mi sustento y mi fortaleza en mis momentos de debilidad han sido mi principal fuente de inspiración y estímulo.

*Anel Gutiérrez Alvarado*

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado primeramente a Dios, seguidamente a toda mi familia que siempre ha estado a mi lado apoyándome en toda mi vida en principal a mis padres que me impulsan a seguir adelante e inculcarme buenos valores y finalmente a la U.A.J.M.S. por haberme formado y darme una profesión.

*Luis Fernando Gonzales Severich*

## **AGRADECIMIENTO**

**A:** Dios por darme la vida a través de mis queridos padres, que es el regalo más grande que existe y por haberme permitido vivirla.

**A:** Mis Papas, Hermanos y toda mi familia quienes con mucho amor, cariño y ejemplo han hecho de mí una persona con valores para poder desenvolverme en la vida.

**A:** Prima Victoria Quiroga Gutiérrez, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante.

**A:** Lic. Adrián Silisque, tutor de este proyecto de grado, por su apoyo, dedicación, ha sido un privilegio poder contar con su guía y ayuda.

**A:** Lic. Abner de la cruz por su motivación, criterio y aliento e inspiración en seguir superándome día a día en mi formación académica.

**A:** todas mis amistades por los consejos, enseñanzas, comprensión, paciencia y acompañarme durante este tiempo.

*Anel Gutiérrez Alvarado*

## **AGRADECIMIENTO**

**A:** Dios por darme la vida a través de mis queridos padres, que es el regalo más grande que existe y por haberme permitido vivirla.

**A:** Mis padres por haberme enseñado e inculcado valores para salir adelante en la vida.

**A:** Mi novia Verónica que fue mi compañera en estos últimos años y me apoyo en todo momento.

**A:** Mis hermanos por ser mis compañeros y amigos en la vida y a apoyarme en los momentos que necesito

**A:** Mis amigos que estuvieron conmigo y me apoyaron en todos los momentos que los necesite.

**A:** Y finalmente a la universidad y a todos los docentes que me formaron en mi vida profesional.

*Luis Fernando Gonzales Severich*

## **PENSAMIENTO**

“A veces creemos que lo que hemos logrado es una sola gota en el océano, pero sin ella el océano estaría incompleto”.

Madre Teresa de Calcuta

# 1 TABLA DE CONTENIDO

1	ANTECEDENTES.....	1
2	JUSTIFICACIÓN.....	2
3	NECESIDADES INSATISFECHAS .....	3
4	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
5	OBJETIVOS .....	5
5.1	Objetivo General .....	5
5.2	Objetivo Específico .....	5
6	METODOLOGIA .....	6

## CAPITULO I ANALISIS DEL AMBITO

1	ANÁLISIS DEL ÁMBITO DE NEGOCIO .....	8
1.1	Descripción de la idea del negocio. ....	8
1.2	Ámbito del negocio .....	9
1.3	Análisis del entorno del negocio.....	9
1.4	Análisis del Entorno Mediato .....	10
1.4.1	Político - legal .....	10
1.4.2	Económico.....	10
1.4.3	Social.....	11
1.4.4	Tecnológico .....	13
1.4.5	Ambiental .....	13
1.4.6	Conclusiones del análisis mediato .....	14
1.5	Análisis del Entorno Inmediato .....	14
1.5.1	Competencia. ....	15
1.5.2	Poder de negociación de compradores. ....	16
1.5.3	Poder de negociación de los proveedores. ....	16
1.5.4	Amenaza de productos sustitutos. ....	17
1.5.5	Rivalidad entre competidores. ....	17
1.5.6	Matriz de evaluación de Porter .....	18
1.6	Descripción del producto.....	18
1.7	Conclusiones del análisis del ámbito del negocio .....	19

## CAPITULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2	INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	21
2.1	Clasificación de los Clientes.....	21



2.2	Investigación de mercado .....	22
2.2.1	Problema de decisión gerencial .....	22
2.2.2	Problema de la investigación de mercado .....	22
2.2.3	Hipótesis.....	22
2.2.4	Objetivos .....	22
2.3	Diseño de investigación.....	23
2.3.1	Determinación del tamaño de muestra.....	24
2.3.2	Cálculo del tamaño muestra.....	25
2.3.3	Procesamiento de la información.....	26
2.4	Resultados del análisis de mercado .....	27
2.5	Análisis de la demanda.....	46
2.5.1	Estimación de la demanda potencial.....	46
2.5.2	Demanda efectiva de la empresa.....	47
2.5.3	Pronóstico de la demanda .....	48
2.6	Verificación de la hipótesis .....	49
2.7	Conclusiones de la investigación de mercado.....	50

**CAPITULO III  
PLAN DE PRODUCCION**

3	PLAN DE PRODUCCIÓN .....	52
3.1	Características del Yacón (como tubérculo) .....	52
3.2	Usos y valor nutritivo .....	53
3.3	Producto a ofertar .....	54
3.4	Presentación .....	55
3.5	Descripción del Producto.....	55
3.5.1	Análisis nutricional del Yacón.....	56
3.6	Proceso de elaboración del edulcorante a base de Yacón .....	56
3.6.1	Recepción de la materia prima.....	59
3.6.2	Clasificación.....	59
3.6.3	Lavado y Pelado .....	59
3.6.4	Escurredo .....	59
3.6.5	Licudo.....	59
3.6.6	Cocido y espesado .....	60
3.6.7	Liofilizado .....	60
3.6.8	Control de calidad.....	60
3.6.9	Envasado .....	60

3.6.10	Almacenado del producto terminado .....	61
3.7	Requerimientos para la producción de edulcorante a base de Yacón .....	61
3.7.1	Materia prima .....	61
3.7.2	Requerimiento de insumos para la producción .....	63
3.7.3	Alquiler y refacción .....	65
3.7.4	Maquinarias y equipos .....	66
3.7.5	Descripción de la maquinaria .....	67
3.7.6	Requerimiento de Personal .....	72
3.8	Muebles, equipos y enseres .....	73
3.9	Localización .....	73
3.10	Distribución de la planta .....	74
3.11	Capacidad de producción .....	74

#### **CAPITULO IV ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO**

4	ORGANIZACIÓN Y FUERZA DE TRABAJO .....	77
4.1	Razón social de empresa .....	77
4.1.1	Nombre de la empresa .....	78
4.1.2	Marco referencial de la empresa .....	79
4.2	Estructura organizacional .....	79
4.2.1	Descripción de la fuerza de trabajo .....	80
4.2.2	Manual de funciones del personal de la empresa .....	81

#### **CAPITULO V PLAN DE MARKETING**

5	PLAN DE MARKETING .....	84
5.1	Segmentación de mercado para el producto .....	84
5.2	Objetivos de marketing .....	85
5.3	Estrategias de posicionamiento .....	86
5.3.1	Mercado objetivo .....	86
5.3.2	Logo .....	86
5.4	Marketing mix (4 P's) .....	87
5.4.1	Producto .....	87
5.4.2	Precio .....	88
5.4.3	Plaza (canales de distribución) .....	89
5.4.4	Promoción .....	90
5.4.5	Presupuesto de marketing .....	90

**CAPITULO VI  
PLAN FINANCIERO**

6	PLAN FINANCIERO .....	92
6.1	Determinación de costo .....	92
6.1.1	Costo de producción .....	92
6.1.2	Costo de comercialización .....	93
6.1.3	Costo de administración .....	94
6.1.4	Costo de financiamiento .....	94
6.2	Determinación de costo unitario de producción.....	95
6.3	Determinación de inversiones.....	96
6.3.1	Inversión tangible e intangible.....	96
6.3.2	Capital de trabajo.....	97
6.4	Precio de venta .....	97
6.5	Ingresos anuales proyectados .....	98
6.6	Proyección egresos anuales proyectados .....	98
6.6.1	Flujo de caja .....	99
6.1	Evaluación.....	101
6.1.1	Periodo de recuperación .....	101
6.1.2	Valor Actual Neto (VAN) Financiero.....	101
6.1.3	Tasa Interna de Retorno (TIR) Financiero .....	102
6.1.4	Punto de equilibrio .....	102

**CAPITULO VII  
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	104
7.1	Conclusiones .....	104
7.2	Recomendaciones.....	105
8	BIBLIOGRAFÍA.....	106
9	ANEXOS .....	107