

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MATERIA: TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN II ADM 599
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIOS



**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DEL CEREAL *FITNESS*”**

Por:

BARRIOS FERNANDEZ GARY LAUREANO

PINEDO MARCA MELISA

Docente de asignatura: PhD. LIC. ROXANA ALEMAN CASTILLO

Tesis de Grado presentada a consideración de la “**Universidad Autónoma Juan Misael Saracho**”, como requisito para optar el grado Académico de Licenciatura en Administración de Empresas.

TARIJA-BOLIVIA

Gestión 2024

V°B°

PhD. Lic. Roxana Aleman Castillo

DOCENTE GUÍA

MSc. Paul A. Bejarano Carrasco

DECANO DE LA F.C.E.YF.

MSc. Víctor John Vaca Jerez

VICEDECANO DE LA F.C.E.YF.

MSc. Lic. Luis Enrique Gutiérrez Pérez

DIRECTOR DE LOS DPTOS. DE ADMINISTRACIÓN

Y ADMINISTRACIÓN APLICADA

Aprobado por:

Tribunal

MSc. Lic. Luis Araoz Montoya

MSc. Lic. Fabián Romero Castellanos

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado, en primer lugar, a Dios, fuente de toda sabiduría y fortaleza.

A nuestros padres, cuyo amor incondicional ha sido nuestro motor en cada paso de nuestras vidas.

A nuestro docente, por su guía y conocimientos, que han enriquecido nuestra formación académica.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a nuestro tutor de materia, cuya guía y paciencia han sido fundamentales para la realización de esta tesis, sus conocimientos y experiencia nos han enriquecido enormemente y nos han permitido alcanzar los objetivos planteados.

Por supuesto, no podemos dejar de mencionar a nuestra familia y amigos, quienes con su cariño y apoyo incondicional nos han motivado a seguir adelante en este camino.

Índice

PERFIL DE TRABAJO	1
1. ANTECEDENTES	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
2.1 Justificación práctica.....	5
2.2 Justificación Socio económico.....	5
2.3 Justificación socio ambiental	5
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
3.1 Formulación del Problema	6
3.2 Identificación de Necesidades insatisfechas de mercado objetivo.....	6
3.3 Descripción general de la idea de negocio.....	7
3.4 Oportunidades de Mercado	7
4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.....	7
4.1 Objetivo General	7
4.2 Objetivo Específicos	7
5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	8
5.1 Tipo de investigación.....	8
5.1.1 Investigación exploratoria.....	8
5.1.2 Investigación descriptiva.....	8
5.2 Datos primarios	9
5.2.1 Investigación Cuantitativa.....	9
5.3 Datos Secundarios.....	9
5.3.1 Investigación Cualitativa.....	9
6. ALCANCE DE INVESTIGACIÓN	10

6.1 Alcance teórico	10
6.2 Alcance Temporal	10
6.3 Alcance Geográfico.....	10
CAPÍTULO I.....	11
1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO	11
1.1 Análisis del micro entorno	11
1.1.1 Poder de negociación de los clientes.....	11
1.1.2 Rivalidad entre los competidores existentes	12
1.1.3 Amenazas de productos sustitutos	18
1.1.4 El poder de negociación de los proveedores	18
1.1.5 La amenaza de los nuevos competidores	19
1.2 Análisis del macro entorno	19
1.2.1 Político Legal	20
1.2.2 Económico	21
1.2.3 Social.....	25
1.2.4 Tecnológico.....	26
1.2.5 Ambiental.....	27
1.3 Análisis FODA.....	28
2. NATURALEZA DEL NEGOCIO.....	30
2.1 Descripción del producto o idea negocio.....	30
2.2 Justificación de la empresa	31
2.2.1 Nombre de la empresa.....	32
2.2.2 Tipo de empresa	32
2.2.3 Ubicación y tamaño	33

2.3 Gestión empresarial.....	33
2.3.1 Visión	33
2.3.2 Misión	33
2.3.3 Valores	33
2.3.4 Ventaja competitiva	34
2.4 Propuesta de valor	34
CAPÍTULO II	36
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	36
1.1 Fundamentación	36
1.2 Definición del problema.....	36
2. PROBLEMA GENERAL	37
3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	37
4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	37
5. OBJETIVO GENERAL.....	37
6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	37
7. TIPO DE ESTUDIO	38
8. ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE MERCADO	38
9. TIPO DE MUESTREO.....	39
10. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	39
11. MÉTODO DE RECOPIACIÓN DE DATOS	42
12. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	42
13. PRUEBA CHI-CUADRADA Y V CRAMER	63
14. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	66
CAPÍTULO III.....	67

PLAN DE MARKETING	67
1. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING.....	67
2. SEGMENTACIÓN	67
2.1 Segmentación de mercado	67
2.1.1. Segmento Geográfico.....	68
2.2. Género y rango de edad	68
2.3. Cálculo del mercado potencial	68
2.4 Cálculo del mercado objetivo y el número de usuarios el primer año	69
2.5 Perfiles de los clientes potenciales.....	70
3. POSICIONAMIENTO.....	70
4. MEZCLA DE MARKETING.....	71
4.1. Mezcla comercial para “GARMEL S.R.L.”	71
4.2. Producto	72
4.2.1. Descripción del producto	72
4.3. Marca	73
4.3.1 Logotipo	73
4.3.2. Eslogan.....	75
4.4. Precio	75
4.4.1. Políticas de precio	75
4.5. Plaza.....	76
4.6. Promoción	76
4.6.1. Publicidad.....	76
4.7. Presupuesto de marketing	78
CAPÍTULO IV.....	79

PLAN DE OPERACIONES	79
1. OBJETIVOS DE PLAN DE OPERACIONES	79
1.1. Objetivo General	79
1.2. Objetivo Especifico.....	79
2. DISEÑO DEL PRODUCTO	80
2.1. Diseño y especificaciones del Producto	80
2.3. Proceso de producción	82
2.4. Diagrama de proceso.....	83
2.5. Flujograma	85
2.6. Requerimiento de equipos y maquinarias	87
2.6.1. Maquinaria y equipo	87
2.6.2. Muebles y enseres	88
4.5.3. Materia prima y/o insumos	89
2.6.4. Herramientas	90
2.6.5. Equipo de computación.....	91
2.7 Capacidad de producción	91
2.8 Localización de la planta.....	93
2.9 Diseño y distribución de planta y oficinas	94
2.10 Control de calidad	95
CAPÍTULO V	96
PLAN ORGANIZACIONAL	96
1. OBJETIVOS DEL PLAN ORGANIZACIONAL	96
1.1. Objetivo General	96
1.2. Objetivos Específicos.....	96

2.	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	96
2.1	Estructura Organizacional (Niveles jerárquicos y organigrama).....	96
2.2	Estructura Organizacional.....	97
2.2.1.	Niveles Jerárquicos	97
2.3.	Organigrama.....	98
2.4.	Descripción de puestos o manual de funciones	98
2.5.	Proceso de integración del personal.....	103
2.5.1.	Reclutamiento	103
2.5.2.	Selección	103
2.5.3.	Contratación.....	104
2.5.4.	Inducción.....	104
2.5.5.	Capacitación.....	105
2.5.6.	Evaluación del desempeño.....	105
3.	ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	106
3.1.	Escala salarial.....	106
3.2.	Planilla de sueldos y salarios	107
	CAPÍTULO VI.....	108
	ESTRUCTURA JURÍDICO-LEGAL.....	108
1.	MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	108
1.1.	Obligaciones fiscales.....	108
2.	PRESUPUESTO DE TRÁMITES JURÍDICOS-LEGALES	114
	CAPÍTULO VII.....	117
	PLAN FINANCIERO	117
1.	OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO.....	117

1.1	Objetivo General	117
1.2	Objetivos Específicos.....	117
2.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	117
2.1	Recursos económicos disponibles	117
2.2	Necesidades de crédito	118
2.3	Garantías y avales disponibles	118
3.	CAPITAL DE INVERSIÓN.....	118
3.1	Inversión Fija	119
3.2	Inversión diferida	122
3.3	Estructura de Inversión y Financiamiento	122
4.	DETERMINACIÓN DE COSTOS	124
4.1	Costos fijos.....	124
4.2	Costos variables	126
4.3	Costo total	126
4.4	Costo de producción por unidad	127
4.5	Precio de venta	127
4.6	Costo variable unitario	127
4.7	Punto de equilibrio	127
4.8	Escenario Esperado	128
4.8.1	Proyección de los ingresos.....	128
4.8.2	Flujos de caja con el escenario optimista	128
4.8.3	Indicadores de evaluación del negocio	133
	CONCLUSIONES	137
	RECOMENDACIONES.....	139

BIBLIOGRAFÍA	140
ANEXOS	143

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ratios Impositivos.....	20
Tabla 2 Crecimiento del producto interno bruto según departamentos	23
Tabla 3 Matriz Foda	29
Tabla 4 Análisis Foda.....	29
Tabla 5 Proyección de la población según departamento y municipio	39
Tabla 6 Proyección de la población de cercado	40
Tabla 7 <i>Consumo de cereales de los encuestados</i>	42
Tabla 8 <i>Tipos de cereales que se consumen</i>	43
Tabla 9 <i>Motivación para consumir cereales</i>	44
Tabla 10 <i>Frecuencia de compra de cereales</i>	45
Tabla 11 <i>Pago por el cereal</i>	46
Tabla 12 <i>Personas que se alimentarían con un cereal natural y saludable</i>	47
Tabla 13 <i>Personas que conocen los beneficios de la Quinoa</i>	48
Tabla 14 <i>Características que las personas prefieren</i>	49
Tabla 15 <i>Lugar donde prefieren compra</i>	50
Tabla 16 <i>Alternativas más relevantes según el criterio de la gente</i>	52
Tabla 17 <i>Tipo de envase que las personas prefieren</i>	53
Tabla 18 <i>Personas que llevan una vida más orientada a la alimentación saludable</i> ...	53
Tabla 19 <i>Aspectos personales al momento de consumir productos saludables</i>	55
Tabla 20 <i>Preferencia al momento de recibir información sobre productos saludables</i>	56
.....	56
Tabla 21 <i>Hora de preferencia para consumir cereales fitness</i>	57
Tabla 22 <i>Ocupación</i>	58

Tabla 23 <i>Personas dependientes e independientes</i>	59
Tabla 24 <i>Categoría de ingresos</i>	60
Tabla 25 <i>Edad</i>	61
Tabla 26 <i>Sexo</i>	62
Tabla 27 <i>Prueba de Chi cuadrada variables: Se alimentaría con un cereal natural y conoce beneficios de la quinua</i>	63
Tabla 28 <i>Prueba de V. Cramer variables: Se alimentaría con un cereal natural, conoce beneficios de la quinua</i>	64
Tabla 29 <i>Prueba de Chi cuadrada variables: Cuanto paga por su cereal y con qué frecuencia compra</i>	64
Tabla 30 <i>Prueba de V. Cramer variables: Cuanto paga por su cereal y con qué frecuencia compra</i>	65
Tabla 31 <i>Proyección de mercado potencial</i>	68
Tabla 32 <i>Proyección de personas que consumirían cereal</i>	69
Tabla 33 <i>Proyección de cereales que se consumirían</i>	70
Tabla 34 <i>Presupuesto de marketing (Bs.)</i>	78
Tabla 35 <i>Simbología del proceso</i>	82
Tabla 36 <i>Diagrama de proceso</i>	84
Tabla 37 <i>Maquinaria y equipo</i>	88
Tabla 38 <i>Muebles y enseres</i>	89
Tabla 39 <i>Materia prima y/o insumos</i>	89
Tabla 40 <i>Herramientas</i>	90
Tabla 41 <i>Equipo de computación</i>	91
Tabla 42 <i>Manual de funciones del Administrador</i>	98
Tabla 43 <i>Manual de funciones del Jefe de Comercialización</i>	99

Tabla 44 Manual de funciones del Jefe de Producción.....	101
Tabla 45 Manual de funciones del Operador	102
Tabla 46 Planilla de sueldos en (Bs.)	107
Tabla 47 Pasos a seguir para la creación de la empresa.....	108
Tabla 48 Presupuesto de trámites jurídicos-legales (Bs.)	114
Tabla 49 Muebles y Enseres en (Bs.).....	119
Tabla 50 Vehículo en (Bs.)	120
Tabla 51 Equipo de computación en (Bs.)	120
Tabla 52 Maquinaria y Equipo en (Bs.)	120
Tabla 53 Utensilios de comida en (Bs.)	121
Tabla 54 Resumen de Inversión Fija en (Bs.)	121
Tabla 55 Gastos de Organización en (Bs.).....	122
Tabla 56 Estructura Financiera en (Bs.).....	122
Tabla 57 Aporte de los socios en (Bs.)	123
Tabla 58 Amortización mediante el Método Alemán en (Bs.)	124
Tabla 59 Costos de venta en (Bs.).....	124
Tabla 60 Costos Directos en (Bs.).....	125
Tabla 61 Costos Indirectos en (Bs.)	125
Tabla 62 Costos de distribución en (Bs.)	125
Tabla 63 Resumen de Costos Fijos en (Bs.)	126
Tabla 64 Materia prima en (Bs.)	126
Tabla 65 Proyección de ingresos en (Bs.).....	128
Tabla 66 Flujo de caja financiero en (Bs.)	129
Tabla 67 Flujo de caja económico en (Bs.).....	131

Tabla 68 PRI – Optimista en (Bs.)	134
Tabla 69 PRI – Optimista en (Bs.)	135

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfica 1 Cereal Chocapic	12
Gráfica 2 Cereal Nesfit	13
Gráfica 3 Cereal Quaker	13
Gráfica 4 Cereal Zucaritas de Kellog's	14
Gráfica 5 Barras Energéticas Nutri Light	14
Gráfica 6 Barras de cereales Natuser	15
Gráfica 7 Snacks Tu Mix	16
Gráfica 8 Barras de cereal Nutri Barra	16
Gráfica 9 Barras energéticas Nutri Frutt	17
Gráfica 10 Barras de cereal Quintrion	17
Gráfica 11 Tasa de crecimiento	40
Gráfica 12 Consumo de cereales de los encuestados	43
Gráfica 13 Tipos de cereales que se consumen	44
Gráfica 14 Motivación para consumir cereales	45
Gráfica 15 Frecuencia de compra de cereales	46
Gráfica 16 Pago por el cereal	47
Gráfica 17 Personas que se alimentarían con un cereal natural y saludable	48
Gráfica 18 Personas que conocen los beneficios de la Quinoa	49
Gráfica 19 Características que las personas prefieren	50
Gráfica 20 Lugar donde prefieren comprar	51
Gráfica 21 Alternativas más relevantes según el criterio de la gente	52
Gráfica 22 Tipo de envase que las personas prefieren	53
Gráfica 23 Personas que llevan una vida más orientada a la alimentación saludable ..	54

Gráfica 24 Aspectos personales al momento de consumir productos saludables	55
Gráfica 25 Preferencia al momento de recibir información sobre productos saludables	56
Gráfica 26 Hora de preferencia para consumir cereales fitness	57
Gráfica 27 Ocupación	58
Gráfica 28 Personas dependientes e independientes	59
Gráfica 29 Categoría de ingresos	60
Gráfica 30 Edad	61
Gráfica 31 Sexo	62
Gráfica 32 Relación entre las 4 P's y las 4 C	72
Gráfica 33 Prototipo	72
Gráfica 34 Imagen corporativa de la empresa	74
Gráfica 35 Diseño del producto	80
Gráfica 36 Flujograma	85
Gráfica 37 Ubicación de la empresa	94
Gráfica 38 Distribución de planta y oficinas	95
Gráfica 39 Organigrama funcional de "GARMEL S.R.L." S.R.L.	98