

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento describe la propuesta de un plan de negocio para la producción y comercialización de “Mantequilla de Maní con Avena y Banano” en la ciudad de Tarija, Bolivia, que incluya un análisis exhaustivo del mercado, una evaluación detallada de los costos de producción y el retorno de la inversión, y la implementación de herramientas de análisis financiero para determinar la viabilidad económica del proyecto.

“SUPER-TRI” es una empresa dirigida a mejorar un estilo de vida más saludable en jóvenes y adultos. Su principal valor radica en la fibra soluble, que contribuye a reducir el colesterol malo, ayudando a las personas a mejorar su bienestar general.

El producto aprovecha tres ingredientes clave (maní, avena y banano) para resaltar los beneficios nutricionales de cada uno. “SUPER-TRI” tiene un gran potencial en el mercado, porque existe una demanda insatisfecha debido a la limitada oferta de mantequillas de maní y la falta de opciones con nuevos sabores que satisfagan a los consumidores. Está dirigido a personas activas y preocupadas por su salud, desde jóvenes de 18 años hasta adultos mayores de 60.

La metodología utilizada en este trabajo fueron los métodos cualitativos de entrevista y encuestas, así como también se realizó el método cuantitativo para la tabulación y verificación de la información recaudada. La estrategia utilizada es la de diferenciación (Mantequilla de Maní con Avena y Banano) y precio del producto (al ser más bajo que sus competidores en el mercado).

De acuerdo con los resultados encontrados, los indicadores financieros revelan una perspectiva sólida, con un Valor Actual Neto (VAN) de Bs. 1.148.999,46 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 33,42%, respaldando la rentabilidad del proyecto, un Período de Recuperación de la inversión de 2,56 años. Estos números sólidos respaldan la rentabilidad y viabilidad financiera de “SUPER-TRI”.

ABSTRACT

This document describes a proposed business plan for the production and marketing of “Peanut Butter with Oats and Banana” in the city of Tarija, Bolivia, which includes a thorough market analysis, a detailed evaluation of production costs and return on investment, and the implementation of financial analysis tools to determine the economic viability of the project.

“SUPER-TRI” is a company aimed at improving a healthier lifestyle in young people and adults. Its main value lies in soluble fiber, which contributes to reducing bad cholesterol, helping people improve their overall well-being.

The product takes advantage of three key ingredients (peanuts, oats, and banana) to highlight the nutritional benefits of each. “SUPER-TRI” has great potential in the market, as there is unmet demand due to the limited supply of peanut butters and the lack of options with new flavors that satisfy consumers. It is aimed at active and health-conscious people, from young people aged 18 to adults over 60.

The methodology used in this work was qualitative interview and survey methods, as well as the quantitative method for tabulating and verifying the information collected. The strategy used is differentiation (Peanut Butter with Oats and Banana) and product price (being lower than its competitors in the market).

According to the results found, the financial indicators reveal a solid perspective, with a Net Present Value (NPV) of Bs. 1.148.999,46 and an Internal Rate of Return (IRR) of 33,42%, supporting the profitability of the project, a Payback Period of the investment of 2.56 years. These solid numbers support the profitability and financial viability of “SUPER-TRI”.