

ÍNDICE

	Pág.
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1. PROCESO CREATIVO	1
1.2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	2
1.2.1. Principales empresas importadoras de mermeladas en Bolivia	3
1.2.2. Empresas productoras de mermeladas en Bolivia	4
1.2.3. Empresas productoras de mermeladas en Santa Cruz	6
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	6
1.3.1. Justificación económica.....	6
1.3.3. Justificación social.....	7
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	7
1.4.1. Objetivo General.....	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7
1.5. ALCANCE.....	8
1.5.1. Alcance sustantivo	8
1.5.2. Alcance espacial	8
1.5.3. Alcance temporal	8
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	9
2.1. DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	9
2.1.1. Definición	9
2.1.2. Objetivos.....	10
2.1.2.2. Objetivos específicos	10
2.2. PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO	10
2.2.1. Descripción del producto	10
2.2.2. Características del producto.....	10
2.2.3. Usos del producto	11
2.2.4. Análisis de la oferta	11
2.2.4.1. Análisis de la oferta histórica.....	12

2.2.4.2. Proyección de la oferta	13
2.2.5. Análisis de la demanda	14
2.2.5.1. Análisis del consumidor.....	14
2.2.5.2. Análisis de la demanda histórica	17
2.2.5.3. Proyección de la demanda de mermeladas	18
2.2.6. Análisis de la oferta y la demanda.....	20
2.2.6.1. Análisis del macro-ambiente	21
2.2.7. Análisis del precio	24
2.2.8. Análisis de la comercialización	25
2.2.8.1. Análisis del producto	25
2.2.8.1.1. Envase.....	26
2.2.8.1.2. Formas de transporte.....	27
2.2.8.2. Canales de distribución.....	27
2.2.8.3. Margen de comercialización.....	28
2.2.8.4. Publicidad	29
2.3. CONCLUSIONES.....	29
CAPÍTULO 3: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	30
3.1. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	30
3.1.1. Objetivos del tamaño del proyecto:	30
3.1.1.1. Factores que determinan el tamaño	31
3.1.1.2. Factor mercado	31
3.1.1.3. Factor materia prima o insumos.....	31
3.1.1.4. Factor tecnología.....	31
3.1.1.5. Costos operativos	32
3.1.1.6. Factor recursos financieros	32
3.1.2. Tamaño proyectado.....	32
3.2. LOCALIZACIÓN.....	33
3.2.1. Macro-localización	34
3.2.2. Micro-localización.....	34
3.2.2.1. Alternativas de micro-localización del proyecto:	34

3.2.2.2. Los factores de micro- localización son:	35
3.2.2.3. Método cuantitativo por puntos	36
3.3. CONCLUSIONES	37
CAPÍTULO 4: ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	38
4.1. INTRODUCCIÓN	38
4.2. OBJETIVOS DEL ÁREA	38
4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA.....	39
4.3.1. Misión	39
4.3.2. Visión.....	40
4.3.3. Objetivos organizacionales	40
4.3.3.1. Objetivos generales.....	40
4.3.3.2. Objetivos específicos	41
4.3.4. Valores y principios	41
4.4. ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO.....	42
4.4.1. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas.....	42
4.4.1.1. Amenaza de nuevos competidores entrantes	43
4.4.1.2. Rivalidad entre competidores	45
4.4.1.3. Poder de negociación de los proveedores	45
4.4.1.4. Poder de negociación de los compradores.....	45
4.4.1.5. Amenaza de productos sustitutos.....	46
4.5. FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	47
4.5.1. Estrategia de penetración de mercados	49
4.5.2. Estrategia de diferenciación.....	50
4.6. PLAN DE MERCADOTECNIA	51
4.6.1. Objetivos de la mercadotecnia	51
4.7. MEZCLA MERCADOTECNIA	52
4.7.1. Producto	52
4.7.2. Precio	52
4.7.3. Ubicación (Plaza).....	53
4.7.4. Promoción y publicidad	54

4.7.4.1. Publicidad	54
4.7.4.2. Venta personal	56
4.7.4.3. Promoción de ventas	56
4.7.4.4. Logotipo.....	57
4.7.4.5. Eslogan.....	57
4.7.5. Cronograma de lanzamiento	57
4.7.6. Presupuesto	58
4.8. CONCLUSIONES	59
CAPÍTULO 5: INGENIERÍA DEL PROYECTO	60
5.1. OBJETIVOS	60
5.1.1. Descripción del producto	60
5.2. ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	61
5.3. BALANCE DE MATERIA DE LAS MERMELADAS	62
5.4. REQUERIMIENTOS	63
5.4.1. Inversión Fija	64
5.4.1.1. Inversión en vehículos	64
5.4.1.2. Inversión en muebles y enseres	64
5.4.1.3. Inversión en maquinarias y equipos.....	65
5.4.1.4. Inversión de otros equipos y materiales.....	65
5.4.1.5. Inversión de equipos e instalaciones.....	65
5.4.1.6. Imprevistos.....	66
5.4.2. Inversión diferida	66
5.4.2.1. Gastos de estudios e investigación de mercado	67
5.4.2.2. Gastos de organización, supervisión y montaje.....	67
5.4.2.3. Requerimiento de gastos legales.....	67
5.4.2.4. Gastos de publicidad de lanzamiento.....	67
5.4.2.5. Intereses pre- operativos	67
5.4.2.6. Imprevistos.....	68
5.4.3. Inversión inicial en capital de trabajo/ operaciones.....	68
5.4.3.1. Requerimientos de alquiler	68

5.4.3.2. Servicios básicos.....	69
5.4.3.3. Requerimiento de materiales y productos de limpieza	69
5.4.3.4. Requerimiento en combustible	69
5.4.3.5. Requerimiento en material de escritorio.....	69
5.3.3.6. Mantenimiento de vehículo	70
5.4.3.7. Personal de seguridad para la empresa	70
5.4.3.8. Requerimiento de seguro para vehículo.....	70
5.3.3.9. Requerimiento de uniformes.....	71
5.4.3.10. Requerimiento de seguridad de primeros auxilios para la empresa.....	71
5.4.3.11. Requerimiento en mano de obra	71
5.4.3.12. Imprevistos.....	72
5.5. COSTO DE PRODUCCIÓN	72
5.6. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	73
5.7. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA (LAY OUT DE LA EMPRESA).....	74
5.8. CONCLUSIONES	74
CAPÍTULO 6: ORGANIZACIÓN.....	74
6.1. OBJETIVOS	74
6.2. ORGANIZACIÓN GENERAL	74
6.2.1. Organización jurídica.....	74
6.2.2. Tipo de organización	74
6.2.3. Trámite.....	75
6.2.3.1. Fundempresa (Control de Homonimia / Registro Comercial.).....	75
6.2.3.2. Servicios de impuestos nacionales (Número de Identificación Tributaria)	76
6.2.3.3. Gobierno municipal (Padrón Municipal y Licencia de Funcionamiento.)	76
6.2.4. Razón social de la empresa	77
6.3. ORGANIGRAMA	77
6.4. DEPARTAMENTALIZACIÓN	78
6.4.1. Manual de funciones	78
6.4.2. Reglamento interno administrativo.....	79
6.4.3. Reclutamiento del personal.....	79

6.5. CONCLUSIONES	79
CAPÍTULO 7: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	80
7.1. INVERSIONES	80
7.1.1. Componentes de la inversión fija.....	80
7.1.2. Componentes de la inversión diferida	81
7.1.3. Capital de trabajo / operaciones.....	82
7.1.4. Inversiones de reemplazo / reposición.....	83
7.1.5. Cronograma de inversiones	83
7.2. FINANCIAMIENTO	85
7.2.1. Financiamiento con Aporte Propio	85
7.2.2. Financiamiento mediante Préstamo / otros.....	85
7.2.2.1. Condiciones del préstamo	86
7.2.2.2. Amortización	86
7.3. CONCLUSIONES	87
CAPÍTULO 8: INGRESOS Y COSTOS/ GASTOS DEL PROYECTO	88
8.1. Ingresos del proyecto	88
8.1.1. Precio de venta.....	88
8.1.2. Ingresos proyectados.....	89
8.2. COSTOS DEL PROYECTO	89
8.2.1. Clasificación de costos según su variabilidad.....	90
8.2.1.1. Costos variables	90
8.2.1.2. Costos fijos	90
8.2.1.3. Cálculo de la depreciación.....	91
8.2.1.3.1. Cálculo de la depreciación de la inversión fija	91
8.2.1.3.2. Amortización de la inversión diferida	92
8.2.1.4. Costos anuales proyectados	92
8.3. CONCLUSIONES	93
CAPÍTULO 9: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	94
9.1. BALANCE GENERAL	94
9.2. ESTADO DE RESULTADOS	94

9.2.1. Estado de resultado por su variabilidad	95
9.3. FUENTES Y USOS DE FONDOS PROYECTADOS	96
9.4. CONCLUSIONES	96
CAPÍTULO 10: EVALUACIÓN, ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO- ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO	97
10.1. TIPO DE EVALUACIÓN	97
10.1.1. Evaluación económica	97
10.1.1.1. Cálculo del flujo productivo sin financiamiento.....	97
10.1.1.2. Cálculo del flujo de caja económico.....	98
10.1.2. Evaluación financiera	98
10.1.2.1. Cálculo del flujo productivo con financiamiento	98
10.1.2.2. Cálculo del flujo de caja financiero	99
10.2. INDICADORES	99
10.2.1. Costo ponderado del capital.....	99
10.2.2. Valor actual neto (VAN).....	100
10.2.3. Tasa interna de retorno	101
10.2.4. Relación beneficio- costo.....	102
10.2.5. Periodo de recuperación del capital	102
10.3. PUNTO DE EQUILIBRIO	103
10.4. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	104
10.4.1. Sensibilidad a la disminución de los ingresos	104
10.4.2. Sensibilidad al incremento de los costos	105
10.5. CONCLUSIONES	106
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
11.1. CONCLUSIONES	106
11.2. RECOMENDACIONES.....	107
BIBLIOGRAFÍA	108
ANEXOS	