

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DE LAS EXPORTACIONES	2
1.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	6
1.3.1 Usos del producto	7
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.5 JUSTIFICACIÓN	8
1.5.1 Justificación social	8
1.5.2 Justificación técnica	8
1.5.3 Justificación económica	8
1.5.4 Justificación ambiental	9
1.6 OBJETIVOS	9
1.6.1 Objetivo general	9
1.6.2 Objetivos específicos	9
1.7 ALCANCE	10
1.7.1 Alcance temporal	10
1.7.2 Alcance geográfico	11
1.7.3 Alcance temático	11
1.8 METODOLOGÍA	11
1.8.1 Estudio de mercado	12
1.8.2 Estudio técnico	12
1.8.3 Estudio económico-financiero	12
1.8.4 Evaluación de impacto ambiental	12

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 OBJETIVOS	13
2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	14
2.2.1 Descripción del producto	14
2.2.2 Usos del producto	15
2.2.3 Productos sustitutos	15
2.3 DEFINICIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO	15
2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	16
2.4.1 Cálculo del tamaño muestral	17
2.4.2 Resultado y análisis de las encuestas	21
2.4.3 Series históricas de consumo	33
2.4.4 Población y consumo per-cápita	33
2.4.5 Proyección de la demanda	35
2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	38
2.5.1 Producción nacional	38
2.5.2 Exportaciones	39
2.5.3 Importaciones	39
2.5.4 Proyección de la oferta	40
2.6 BALANCE OFERTA-DEMANDA	42
2.7 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS	43

2.8 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.....	45
2.8.1 Canales de distribución.....	46
2.8.2 Formas de transporte.....	47
2.8.3 Empaque y embalaje.....	47
2.8.4 Publicidad.....	48
2.9 CONCLUSIÓN	49

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE LA MATERIA PRIMA

3.1 OBJETIVOS.....	51
3.2 CARACTERÍSTICAS.....	51
3.2.1 Zonas productoras.....	52
3.2.2 Nuez de Brasil	52
3.2.3 Hábitat	54
3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	54
3.3.1 Producción.....	54
3.3.2 Importaciones	57
3.3.3 Proyección de la oferta	57
3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	58
3.4.1 Consumo.....	58
3.4.2 Exportaciones	59
3.4.3 Proyección de la demanda	63
3.5 BALANCE OFERTA-DEMANDA	63
3.6 ANÁLISIS DE PRECIOS	64
3.6.1 Precio de la castaña.....	65
3.6.2 Precios históricos.....	66
3.6.3 Variación y proyección de los precios.....	67
3.7 ANÁLISIS DE ABASTECIMIENTO.....	68
3.7.1 Proveedores	68
3.7.2 Canales de abastecimiento.....	70
3.8 CONCLUSIÓN	71

CAPÍTULO IV: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

4.1 OBJETIVOS.....	72
4.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO.....	72
4.2.1 Factor mercado	73
4.2.2 Factor materia prima.....	74
4.2.3 Factor tecnología	74
4.3 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN.....	75
4.3.1 Macrolocalización.....	76
4.3.2 Microlocalización	82
4.4 CONCLUSIÓN	88

CAPÍTULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

5.1 OBJETIVOS.....	89
5.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	90
5.3 PROCESO DE FABRICACIÓN.....	91
5.4 BALANCE DE MATERIA.....	99
5.5 MAQUINARIAS Y EQUIPOS.....	100
5.6 INFRAESTRUCTURA.....	101
5.6.1 Dimensiones de las instalaciones.....	103
5.6.1.1 Dimensiones del área de producción.....	104
5.6.1.2 Dimensiones del área administrativa.....	105
5.6.2 Plano de construcción.....	107
5.7 DISTRIBUCIÓN EN PLANTA.....	108
5.8 PROGRAMA DE PRODUCCIÓN.....	110
5.9 REQUERIMIENTOS.....	112
5.9.1 Requerimiento de materia prima.....	112
5.9.2 Requerimiento de materiales.....	112
5.9.3 Requerimientos de mano de obra directa.....	116
5.9.4 Requerimientos de muebles y enseres.....	117
5.9.5 Requerimientos de servicios.....	121
5.9.5.1 Requerimientos de energía eléctrica.....	121
5.9.5.2 Requerimientos de consumo de agua.....	131
5.9.5.3 Requerimientos de consumo de combustible.....	133
5.10 CONTROL DE CALIDAD.....	134
5.11 MANTENIMIENTO.....	135
5.12 SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	136
5.12.1 Ley General De Higiene, Seguridad Ocupacional y Bienestar Nro.16998.....	137
5.12.2 Seguridad para la planta.....	137
5.13 CONTAMINACIÓN AMBIENTAL.....	144
5.13.1 Contaminación ambiental a partir de la materia prima.....	145
5.13.2 Contaminación ambiental a partir del proceso productivo.....	145
5.13.3 Contaminación ambiental a partir del producto final.....	146
5.14 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.....	146
5.15 CONCLUSIÓN.....	148

CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

6.1 OBJETIVOS.....	150
6.2 ORGANIZACIÓN JURÍDICA.....	151
6.2.1 Tipo de organización societaria.....	151
6.3 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	152
6.3.1 Organigrama estructural.....	152
6.3.2 Administradores.....	154
6.4 COMERCIALIZACIÓN.....	159
6.4.1 Estrategia comercial.....	159
6.4.1.1 Estrategias comerciales para el proyecto.....	159
6.4.1.2 Tipos de estrategias comerciales para el proyecto.....	159
6.4.2 Canales de distribución.....	162
6.5 CONCLUSIÓN.....	164

CAPÍTULO VII: INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

7.1 OBJETIVOS.....	165
7.2 INVERSIÓN FIJA.....	166
7.3 INVERSIÓN DIFERIDA.....	174
7.4 CAPITAL DE OPERACIONES.....	182
7.5 PLAN DE INVERSIONES.....	192
7.6 FINANCIAMIENTO.....	194
7.6.1 Fuentes de financiamiento.....	195
7.6.1.1 Financiamiento interno o con aporte propio.....	195
7.6.1.2 Financiamiento externo o mediante préstamo.....	195
7.6.2 Estructura del financiamiento.....	196
7.6.3 Análisis de las alternativas de crédito.....	198
7.6.4 Servicio a la deuda.....	198
7.7 CONCLUSIÓN.....	201

CAPÍTULO VIII: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

8.1 OBJETIVOS.....	202
8.2 EGRESOS.....	203
8.2.1 Clasificación de los costos.....	203
8.2.1.1 Costos variables.....	204
8.2.1.2 Costos fijos.....	211
8.2.1.3 Costos totales proyectados.....	228
8.2.2 Cálculo del costo del aceite de castaña.....	230
8.2.3 Cálculo del costo de los subproductos.....	232
8.3 INGRESOS.....	236
8.3.1 Precios de venta.....	236
8.3.2 Ingresos proyectados.....	239
8.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	241
8.5 IMPUESTOS.....	244
8.6 ESTADO DE RESULTADOS.....	247
8.7 FUENTES Y USOS DE FONDOS.....	249
8.8 CONCLUSIÓN.....	251

CAPÍTULO IX: EVALUACIÓN ECONÓMICA

9.1 OBJETIVOS.....	253
9.2 COSTO PONDERADO DEL CAPITAL.....	253
9.3 INDICADORES ECONÓMICOS.....	254
9.3.1 Valor actual neto (VAN).....	255
9.3.2 Tasa interna de retorno (TIR).....	256
9.3.3 Rentabilidad (R).....	257
9.3.4 Tiempo de recuperación de capital (TRC).....	257
9.4 EVALUACIÓN DEL PROYECTO SIN FINANCIAMIENTO.....	258
9.5 EVALUACIÓN DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO.....	261
9.6 FLUCTUACIONES DEL VAN FRENTE A LA TMAR.....	264
9.7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	265
9.7.1 Sensibilidad al incremento de las inversiones.....	266

9.7.2 Sensibilidad al incremento de los costos	267
9.7.3 Sensibilidad a la disminución de los ingresos	268
9.7.4 Sensibilidad al incremento de los costos totales y la disminución de los ingresos.....	269
9.7.5 Sensibilidad al incremento de las inversiones y a la disminución de los ingresos.	270
9.8 CONCLUSIÓN	271

CAPÍTULO X: IMPACTO AMBIENTAL

10.1 OBJETIVOS	273
10.2 NORMAS BOLIVIANAS.....	273
10.2.1 Ley de Medio Ambiente	274
10.2.2 Evaluación de Impacto Ambiental.....	274
10.2.3 Procedimiento de la Evaluación de Impacto Ambiental.....	275
10.2.4 Ficha Ambiental	275
10.2.5 Matriz de identificación de impactos.....	281
10.2.6 Identificación de las categorías de evaluación de impacto ambiental	282
10.3 MEDIDAS DE MITIGACIÓN.....	283
10.4 CONCLUSIÓN	284
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	285
BIBLIOGRAFÍA	290
ANEXOS.....	292