

ÍNDICE GENERAL

Capítulo I

INTRODUCCION Y OBJETIVOS

1.1. Antecedentes	1
1.2. Formulación del problema	1
1.3. Justificación	6
1.3.1. Justificación económica	6
1.3.2. Justificación técnica	7
1.3.3. Justificación social	7
1.4. Objetivos	7
1.4.1. Objetivo general	7
1.4.2. Objetivos específicos	7
1.5. Alcance	8
1.6. Metodología	8

Capítulo II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivos	9
2.2. Definición del servicio	9
2.2.1. Descripción	9
2.3. Definición Geográfica del mercado	10
2.4. Análisis de la demanda	15
2.4.1. Preferencias del cliente	15
2.4.2. Series de producción	26
2.4.3. Proyección de la demanda	32
2.4.3.1 Demanda de acopio de granos campaña de verano	33
2.4.3.2 Demanda de acopio de granos campaña invierno	34
2.5. Análisis de la oferta	37
2.5.1 Centros de acopio	39

2.5.2	Proyección de la oferta	41
2.6.	Balance oferta- demanda	41
2.7.	Análisis de precios	42
2.7.1	Precios históricos	44
2.8.	Conclusiones	44

Capítulo III

TAMAÑO Y LOCALIZACION

3.1.	Determinación del tamaño	47
3.1.1	Factor mercado	47
3.1.2	Factor tecnología	47
3.1.3	Factor financiamiento	48
3.2.	Determinación de la localización	49
3.2.1.	Macro localización	49
3.2.2.	Micro localización	51
3.3.	Conclusiones	54

Capítulo IV

INGENIERIA DEL PROYECTO

4.1.	Descripción del servicio	56
4.2.	Descripción del proceso	56
4.3.	Balance de materia	58
4.4.	Maquinarias y equipos	60
4.5.	Distribución en planta	61
4.6.	Calendario del trabajo	62
4.7.	Requerimientos	65
4.7.1	Requerimiento de insumos y materiales	65
4.7.2	Requerimiento de mano de obra directa	66
4.7.3	Requerimiento de servicios	67
4.7.4	Otros requerimientos	69
4.8.	Infraestructura	70
4.9.	Control de calidad	76

4.10. Mantenimiento	79
4.11. Seguridad industrial	81
4.12. Seguridad ambiental	83
4.13. Cronograma de implementación	84
4.14. Conclusiones	84

Capítulo V

ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

5.1. Organización jurídica	86
5.1.1 Tipo de organización	86
5.2. Organización administrativa	87
5.2.1 Organigrama estructural	87
5.2.2 Administradores	87
5.2.3 Área operativa	88
5.2.4 Recursos humanos	88
5.2.5 Análisis de puestos	89
5.3. Comercialización	92
5.3.1. Estrategias comerciales	92
3.4. Conclusiones	92

Capítulo VI

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

6.1 Inversiones	93
6.1.1 Inversión fija	93
6.1.2 Inversión diferida	99
6.1.3 Capital de operaciones	100
6.2. Plan y cronograma de inversiones	100
6.3. Financiamiento	102
6.3.1 Financiamiento interno	102
6.3.2. Financiamiento externo	102
6.3.2 Estructura del financiamiento	102
6.3.3 Servicio a la deuda	103

6.4. Conclusiones	104
-------------------	-----

Capítulo VII

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

7.1 Presupuesto de egresos	105
7.1.1 Costos variables	105
7.1.2 Costos fijos	111
7.1.3 Costos proyectados	120
7.2 Presupuesto de ingresos	121
7.2.1 Precios	121
7.2.2 Ingresos proyectados	121
7.3 Punto de equilibrio	122
7.4 Impuestos	123
7.5 Estado de resultados	126
7.6 Fuentes de usos y fondos	127
7.7 Conclusiones	129

Capítulo VIII

EVALUACION ECONÓMICA

8.1 Indicadores económicos	130
8.1.1 Tasa mínima atractiva de retorno TMAR	130
8.1.2 Valor actual neto	131
8.1.3 Tasa interna de retorno	133
8.1.4 Rentabilidad	133
8.1.5 Tiempo de recuperación del Capital (TRC)	134
8.2 Análisis de sensibilidad	135
8.3 Conclusiones	136

Capítulo IX

IMPACTO AMBIENTAL

9.2. Normas bolivianas	137
9.3. Matriz ambiental	138
9.4. Medidas de mitigación	142

9.5. Conclusiones	142
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Recomendaciones	145
BIBLIOGRAFÍA	146
ANEXOS	130