

ÍNDICE DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	1
1.1	Proceso creativo	1
1.1.1	Lluvia de ideas	2
1.1.2	Elección y filtración de las ideas	2
1.1.3	Elección y filtración del nombre de la empresa.....	5
1.2	Antecedentes del proyecto.....	6
1.2.1	Origen del Hongo (reseña histórica)	6
1.2.2	Empresas dedicadas a la producción de hongos en Bolivia	8
1.3	Justificación del proyecto.....	9
1.3.1	Justificación teórica	9
1.3.2	Justificación económica.....	9
1.3.3	Justificación social.....	9
1.4	Objetivos del proyecto	10
1.4.1	Objetivo General	10
1.4.2	Objetivos específicos	10
1.5	Alcance	11
1.5.1	Espacial	11
1.5.2	Temporal	11
1.5.3	Sustantivo	11
2	ESTUDIO DE MERCADO.....	12
2.1	Definición y objetivos del estudio de mercado	12
2.1.1	Objetivo general	13
2.1.2	Objetivos específicos	13
2.2	Principales aspectos relacionados con el estudio de mercado.....	13
2.2.1	Descripción del producto principal y subproducto.....	13
2.2.2	Usos del producto	16
	Mas delante de detallará sobre las necesidades del mercado.	17
2.2.3	Análisis de la oferta de champiñones	13
2.2.4	Análisis de la demanda de champiñones	15
2.2.5	Análisis de la oferta y demanda de hongos frescos.....	16
2.2.6	Análisis de precios	19
2.2.7	Análisis de la comercialización	21

2.2.8	Análisis del macro ambiente	22
2.3	Conclusión	23
3	TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	29
3.1	Tamaño del proyecto	29
3.1.1	Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	29
3.1.2	Tamaño proyectado.....	30
3.2	Localización del proyecto	31
3.2.1	Macro-localización	31
3.2.2	Micro-localización.....	34
3.3	Conclusión	35
4	ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	36
4.1	Introducción	36
4.2	Objetivos del área.....	36
4.3	Establecimiento de la dirección estratégica.....	36
4.3.1	Misión	37
4.3.2	Visión.....	38
4.3.3	Objetivo organizacional.....	39
4.3.4	Valores o principios organizacionales.....	40
4.3.5	Ventaja competitiva	42
4.4	Análisis ambiental y competitivo	42
4.4.1	Amenaza de nuestros competidores	43
4.4.2	Amenaza de productos o servicios sustitutos	44
4.4.3	Poder de negociación con los proveedores	44
4.4.4	Poder de negociación de los clientes	44
4.4.5	Rivalidad entre los competidores.....	44
4.5	Formulación de la estrategia.....	44
4.5.1	Factores claves del éxito.....	45
4.5.2	Identificación de la estrategia.....	45
4.6	Plan de mercadotecnia	46
4.7	Mezcla de mercadotecnia	47
4.7.1	Producto	47
4.7.2	Precio	49
4.7.3	Plaza o canales de distribución.....	50
4.7.4	Promoción.....	51
5	MATERIA PRIMA	55
5.1	Introducción	55
5.2	Definición y característica de la Materia Prima	55

5.2.1	Formas de cultivo	57
5.2.2	Sistemas de producción	58
5.2.3	Condiciones climáticas.....	59
6	INGENIERÍA DE PROYECTO	65
6.1	Análisis del proceso de producción.....	65
6.2	Requerimientos	70
6.2.1	Requerimiento de Inversión Fija	70
6.2.2	Requerimiento de Inversión diferida	73
6.2.3	Requerimiento en Inversión inicial en capital de trabajo/operaciones.....	75
6.3	Costo de producción	77
6.4	Programa de producción	77
7	ORGANIZACIÓN	78
7.1	Organización general.....	78
7.1.1	Características de Comerciante Individual o Empresa Unipersonal.....	78
7.1.2	Proceso de inscripción de la empresa.....	79
7.2	Organigrama.....	79
7.3	Departamentalización	80
7.3.1	Administración de Sueldos y Salarios	81
8	INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	82
8.1	Inversiones	82
8.1.1	Componentes de la inversión fija.....	82
8.1.2	Componentes de la inversión Diferida	87
8.1.3	Componentes del Capital de Trabajo / operaciones	89
8.1.4	Cronograma de inversiones.....	90
8.2	Financiamiento	90
8.2.1	Financiamiento con Aporte propio	91
8.2.2	Financiamiento mediante préstamos otros	92
9	INGRESOS Y COSTOS/ GASTOS DEL PROYECTO	94
9.1	Ingresos del proyecto.....	94
9.1.1	Precio de venta	94
9.1.2	Ingresos proyectados.....	95
9.2	Costos del proyecto	96
9.2.1	Clasificación de los costos según su gasto	96
9.2.2	Clasificación de los costos según su variabilidad	96
9.3	Impuestos	100
9.3.1	Debito fiscal	100
9.3.2	Crédito fiscal.....	100

9.3.3	Impuesto a las transacciones	101
10	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	102
10.1	Balance General	102
10.2	Estado de Resultados	104
10.2.1	Estado de resultado según su variabilidad	104
10.3	Fuente y Usos de fondos Proyectados.....	105
11	EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA, TÉCNICO ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO.....	106
11.1	Tipos de evaluación.....	106
11.1.1	Evaluación económica.....	106
11.1.2	Flujo de caja.....	106
11.1.3	Evaluación financiera.....	107
11.2	Indicadores	108
11.2.1	Valor Actual Neto (VAN).....	109
11.2.2	Tasa interna de retorno (TIR).....	110
11.2.3	Apalancamiento financiero	111
11.2.4	Periodo de recuperación del capital	112
	Bibliografía	105
	ANEXOS	101
	Anexo 1.....	105
	Anexo 2.....	106
	Anexo 3.....	107
	Anexo 4.....	114
	ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE.....	114
	Obligaciones.....	118
➤	Razón Social de la empresa	119