

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I: INTRODUCCION Y OBJETIVOS

1.1. INTRODUCCION	1
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	2
1.3. JUSTIFICACION	2
1.3.1. Justificación técnica	2
1.3.2. Justificación económica	3
1.3.3. Justificación social	3
1.3.4. Justificación ambiental	3
1.4. OBJETIVOS	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivo específico	4
1.5. ALCANCE	4
1.6. METODOLOGIA	5
1.7. CRONOGRAMA DE TRABAJO	6

CAPITULO II: DESCRIPCION DE LA EMPRESA

2.1. LA EMPRESA AGROSELLER SRL	7
2.1.1. Visión	8
2.1.2. Valores	8
2.2. ORGANIGRAMA	8
2.3. RECURSOS HUMANOS	9
2.4. PRODUCTOS	9
2.4.1. Consumo animal	10
2.4.2. Proceso de producción del aceite de Cusi	11
2.5. DESCRIPCION DE PRODUCTO DEL ACEITE DE CUSI	12
2.6. DIAGRAMA DE FLUJO DE ACEITE DE CUSI	13
2.7. USOS DEL ACEITE DE CUSI	14
2.8. PRODUCCIÓN ANUAL DE ACEITE DE CUSI	14
2.9. OFERTA ACTUAL DE ACEITE DE CUSI POR PARTE DE AGROSELLER	15
2.10. CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE ACEITE DE CUSI EN LA EMPRESA AGROSELLER	15

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

3.1. OBJETIVO	17
3.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO	17
3.2.1. Descripción del carbón activado	17
3.2.2. Características físico-químicas	17
3.2.3. Tamaño del poro	18
3.2.4. Aplicaciones	18
3.3. DEFINICIÓN GEOGRÁFICA DEL MERCADO	19
3.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	19
3.4.1. Población objetivo	19
3.4.2. Análisis del consumidor	19
3.4.3. Interpretación de los resultados	20
3.5. DEMANDA ESTIMADA	25
3.5.1. Demanda proyectada	25
3.6. ANÁLISIS DE LA OFERTA	26

3.6.1. Análisis de importación y exportación	26
3.6.2. Estudio de la oferta.....	26
3.6.3. Proyección de la importación de carbón activado para los siguientes años	27
3.6.4. Balance de demanda vs oferta.....	27
3.7. ANÁLISIS DE PRECIOS	28
3.8. CONCLUSIONES	28
CAPITULO IV: ESTUDIO DE MATERIA PRIMA	
4.1. OBJETIVOS	30
4.2. DEFINICIÓN DE LA MATERIA PRIMA.....	30
4.2.1. Características de la planta de Cusi.....	31
4.2.2. Zonas productoras de cusi en la chiquitania.....	32
4.2.3. Aprovechamiento del cusi en el bosque chiquitano	35
4.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	37
4.3.1. Proyección de la oferta.....	37
4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	38
4.5. ANÁLISIS DE ABASTECIMIENTO	38
4.5.1. Canales de abastecimiento.....	38
4.6. CONCLUSIONES	40
CAPITULO V: TAMAÑO Y LOCALIZACION	
5.1. OBJETIVOS	41
5.2. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	41
5.2.1. Factor Tamaño vs Mercado.....	41
5.2.2. Factor Tamaño vs Materia Prima	41
5.2.3. Factor Tamaño vs Tecnología	42
5.2.4. Tamaño.....	42
5.3. LOCALIZACIÓN.....	42
5.3.1. Macro localización	42
5.3.2. Micro localización.....	43
5.4. CONCLUSIONES	44
CAPITULO VI: INGENIERIA DEL PROYECTO	
6.1. OBJETIVOS	45
6.2. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PRODUCTO	45
6.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	46
6.3.1. Descripción del proceso	48
6.3.2. Diagrama de flujo de proceso.....	51
6.3.3. Balance de masa	51
6.3.4. Maquinarias y equipos.....	53
6.4. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	55
6.5. REQUERIMIENTOS OPERATIVOS.....	56
6.5.1. Requerimientos de materia prima e insumos.....	56
6.5.2. Requerimientos de mano de obra directa e indirecta.....	58
6.5.3. Requerimientos de servicios.....	59
6.5.4. Requerimiento de energía eléctrica	59
6.5.5. Requerimiento de gas	61
6.5.6. Requerimiento de agua potable	61
6.5.7. Requerimientos de muebles y enseres.....	62
6.5.8. Equipos de transporte	63
6.6. INFRAESTRUCTURA	63

6.6.1. Distribución de la planta.....	63
6.6.2. Área de producción	63
6.6.3. Almacén de materia prima.....	64
6.6.4. Área de almacén de producto terminado	65
6.6.5. Control de calidad	65
6.6.6. Oficina de producción	65
6.6.7. Lay out.....	66
6.6.8. Diagrama de recorrido.....	67
6.7. SUBSISTEMA DE PRODUCCIÓN.....	68
6.7.1. Control de calidad	68
6.7.2. Control de calidad en la materia prima.....	69
6.7.3. Control de calidad en la producción.....	69
6.7.4. Control de calidad en el producto terminado.....	70
6.7.5. Mantenimiento.....	71
6.7.6. Seguridad industrial.....	75
6.8. CONCLUSIONES	82

CAPITULO VII: ORGANIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

7.1. OBJETIVOS	84
7.2. ORGANIZACIÓN JURÍDICA.....	84
7.3. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	84
7.3.1. Organigrama estructural	84
7.3.2. Descripción de las funciones del personal.....	85
7.4. COMERCIALIZACIÓN.....	88
7.4.1. Estrategia de comercialización.....	89
7.4.2. Publicidad.....	89
7.5. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	90
7.6. CONCLUSIONES	90

CAPITULO VIII: INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

8.1. OBJETIVOS	91
8.2. INVERSIONES	91
8.2.1. Inversión fija.....	91
8.2.2. Inversión diferida	96
8.2.3. Capital de operaciones.....	101
8.3. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN	106
8.4. FINANCIAMIENTO.....	107
8.4.1. Financiamiento con Aporte Propio.....	107
8.4.2. Financiamiento mediante Préstamo.....	107
8.4.3. Análisis de alternativas de crédito.....	107
8.4.4. Amortización	108
8.5. CONCLUSIONES	108

CAPITULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESO Y EGRESO

9.1. OBJETIVOS	110
9.2. PRESUPUESTO DE EGRESO.....	110
9.2.1. Costos Variables.....	110
9.2.2. Costos fijos.....	114
9.2.3. Costos proyectados.....	121
9.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	121
9.3.1. Determinación de los precios de venta.....	121

9.3.2. Ingresos proyectados	122
9.4. PUNTO DE EQUILIBRIO	123
9.5. IMPUESTOS	124
9.5.1. Impuesto al valor agregado	124
9.6. ESTADOS DE RESULTADOS.....	125
9.6.1. Estado de resultado por su variabilidad.....	125
9.7. FUENTES Y USOS DE FONDOS PROYECTADOS.....	126
9.8. CONCLUSIONES	127
CAPITULO X: EVALUACIÓN ECONÓMICA	
10.1. OBJETIVOS	128
10.2. INDICADORES ECONÓMICOS	128
10.3. TIPO DE EVALUACIÓN.....	128
10.3.1. Evaluación económica.....	128
10.3.2. Evaluación financiera	129
10.3.3. Costo ponderado del capital	130
10.3.4. Valor presente neto.....	131
10.3.5. Tasa de retorno	132
10.3.6. Relación beneficio- costo	132
10.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	133
10.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	133
10.5.1. Sensibilidad a la disminución de los ingresos	134
10.5.2. Sensibilidad al incremento de los costos	134
10.6. CONCLUSIONES	135
CAPITULO XI: IMPACTO AMBIENTAL	
11.1. OBJETIVOS	136
11.2. NORMA BOLIVIANA.....	136
11.3. REGLAMENTO AMBIENTAL PARA EL SECTOR INDUSTRIAL MANUFACTURERO (RASIM).....	136
11.4. ESTUDIO DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL	137
11.4.1. Registro Ambiental Industrial (RAI).....	138
11.5. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL.....	138
11.6. MEDIDAS DE MITIGACIÓN	139
11.7. CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN	140
11.8. CONCLUSIONES	141
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	