

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

- 1.1 PROCESO CREATIVO
 - 1.1.1 Lluvia de ideas
 - 1.1.2 Evaluación y filtración de ideas
 - 1.1.3 Elección y evaluación del nombre de la empresa
- 1.2 ANTECEDENTES DEL PROYECTO
- 1.3 JUSTIFICACIÓN
- 1.4 OBJETIVOS
 - 1.4.1 Objetivo General
 - 1.4.2 Objetivos Específicos
- 1.5 ALCANCE
 - 1.5.1 Límite geográfico
 - 1.5.2 Límite sustantivo
 - 1.5.3 Límite temporal

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1 DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO
 - 2.1.1 Objetivo General
 - 2.1.2 Objetivos Específicos
- 2.2 PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO

- 2.2.1 Descripción del producto principal o sub - productos
- 2.2.2 Usos del producto
- 2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA
- 2.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA
 - 2.4.1 Análisis bivariables
- 2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA
- 2.6 OFERTA Y DEMANDA HISTÓRICA
- 2.7 OFERTA Y DEMANDA PROYECTADA
- 2.8 ANÁLISIS DEL PRECIO
- 2.9 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN
 - 2.9.1 Proveedores
 - 2.9.2 Intermediarios
 - 2.9.3 Clientes
 - 2.9.4 Análisis competitivo del sector
 - 2.9.5 Análisis del macroambiente
 - 2.9.6 Análisis demográfico
 - 2.9.7 Ambiente económico
 - 2.9.8 Ambiente tecnológico
 - 2.9.9 Ambiente político

CAPITULO III

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

- 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO
- 3.2 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO
 - 3.2.1 Tamaño del mercado
 - 3.2.2 Disponibilidad de materia prima
 - 3.2.3 Disponibilidad de maquinaria
 - 3.2.4 Disponibilidad de Infraestructura

- 3.2.5 Mano de obra
- 3.2.6 Accesibilidad para el comprador
- 3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO
 - 3.3.1 Macrolocalización del proyecto “Chiquitools”
 - 3.3.2 Santa Cruz de la Sierra como área relevante en la macrolocalización
- 3.4 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO
 - 3.4.1 Identificación de las fuerzas microlocalización
 - 3.4.2 Distancia y accesibilidad al mercado objetivo
 - 3.4.3 Disponibilidad y costos de infraestructura

CAPITULO IV

ESTRATEGIA DE MARKETING

- 4.1 INTRODUCCIÓN
- 4.2 OBJETIVOS DEL ÁREA
- 4.3 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO
 - 4.3.1 Misión
 - 4.3.2 Visión
 - 4.3.3 Valores Organizacionales
- 4.4 ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO
 - 4.4.1 Factores de mercado
- 4.5 PLAN DE MARKETING
 - 4.5.1 Mercado objetivo
 - 4.5.2 Mezcla mercadotécnica
 - 4.5.2.1 Estrategia sobre el producto
 - 4.5.2.1.1 Atributos y características del producto
 - 4.5.2.1.2 Variedad y línea de los productos a fabricar
 - 4.5.2.1.3 Nombre y marca del producto
 - 4.5.2.1.4 Envase y etiquetado del producto
 - 4.5.2.1.4.1 Etiquetado

- 4.5.2.1.5 Envase del producto
- 4.5.2.1.6 Instrumentos de ventas del producto
- 4.5.2.2 Estrategia sobre la distribución
- 4.5.2.3 Estrategia sobre la promoción del producto

CAPITULO V

INGENIERÍA DEL PROYECTO

- 5.1 ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN (SERVUCCIÓN)
 - 5.1.1 Definición técnica de los materiales didácticos
 - 5.1.2 Flujograma del proceso de producción
 - 5.1.3 Diseño arquitectónico de la fábrica
- 5.2 REQUERIMIENTOS
 - 5.2.1 Inversión fija
 - 5.2.1.1 Equipos
 - 5.2.1.2 Muebles y envases
 - 5.2.2 Inversión diferida
 - 5.2.2.1 Gastos de organización
 - 5.2.2.2 Estudio de factibilidad
 - 5.2.3 Inversión inicial en capital de operaciones
 - 5.2.4 Inversión Total
- 5.3 COSTOS DE PRODUCCIÓN

CAPITULO VI

ORGANIZACIÓN

- 6.1 CARACTERÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN JURÍDICA ELEGIDA
 - 6.1.1 Dirección administrativa

- 6.1.2 Razón social de la empresa
- 6.1.3 Etapas y requisitos para la constitución de CHIQUITOOLS
- 6.1.4 Etapa legal
- 6.1.5 Etapa impositiva
- 6.1.6 Etapa municipal
- 6.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA
- 6.2.1 Organigrama estructural
- 6.2.2 Funciones administrativas

CAPITULO VII

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

- 7.1 INVERSIONES
- 7.1.1 Componentes de la inversión fija
- 7.1.2 Componentes de la inversión diferida
- 7.1.3 Capital de trabajo
- 7.1.4 Inversiones de reemplazo
- 7.1.5 Cronograma de inversiones
- 7.2 FINANCIAMIENTO
- 7.2.1 Financiamiento con aporte propio
- 7.2.2 Financiamiento mediante préstamo
- 7.2.2.1 Condiciones del préstamo
- 7.2.2.2 Amortización

CAPITULO VIII

INGRESOS Y GASTOS DEL PROYECTO

- 8.1 INGRESOS DEL PROYECTO
- 8.1.1 Precios de venta
- 8.1.2 Ingresos proyectados

- 8.2 COSTO DEL PROYECTO
 - 8.2.1 Clasificación de costos por objeto de gasto
 - 8.2.1.1 Costos directos
 - 8.2.1.2 Costos indirectos
 - 8.2.2 Clasificación de costos según su variabilidad
 - 8.2.2.1 Costos variables
 - 8.2.2.2 Costos fijos
 - 8.2.2.3 Cálculo de la depreciación
 - 8.2.2.4 Cálculo del costo unitario de producción
 - 8.2.2.5 Costos anuales proyectados

CAPITULO IX

ESTADOS FINANCIEROS

- 9.1 BALANCE GENERAL
- 9.2 ESTADO DE RESULTADOS
 - 9.2.1 Por su variabilidad
 - 9.2.2 Por objeto del gasto
- 9.3 ESTADOS DE FLUJO DE EFECTIVO

CAPITULO X

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- 10.1 TIPOS DE EVALUACIÓN
 - 10.1.1 Evaluación económica
 - 10.1.2 Evaluación financiera
 - 10.1.3 Flujo de caja
- 10.2 INDICADORES
 - 10.2.1 Valor actual neto (VAN)

- 10.2.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)
- 10.2.3 Apalancamiento financiero
- 10.2.4 Período de recuperación del capital
- 10.2.5 Relación costo beneficio
- 10.2.6 Punto de equilibrio
- 10.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD
 - 10.3.1 Escenarios
 - 10.3.1.1 Escenario Optimista
 - 10.3.1.2 Escenario Pesimista

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 11.1 CONCLUSIONES
 - 11.2 RECOMENDACIONES
- BIBLIOGRAFÍA
- ANEXOS

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1.1

Lluvia de ideas para definir el negocio a implementar

Cuadro N° 1.2

Evaluación de las posibles ideas a implementar

Cuadro N° 1.3

Elección nombre de la empresa

Cuadro N° 4.1

Bases de Segmentación

Cuadro N° 4.2

Spot Televisivo Propuesto (Programación)

Cuadro N° 4.3

Costo del Spot televisivo propuesto (En dólares Americanos)

Cuadro N° 4.4

Trípticos publicitarios propuestos

INDICE DE TABLAS

Tabla Nº 2.1
Tipo de material de mayor predominio de acuerdo al nivel de importancia

Tabla Nº 2.2
Nivel de importancia asignado

Tabla Nº 2.3
Marca de juguetes más utilizados

Tabla Nº 2.4
Marca y lugar de adquisición

Tabla Nº 2.5
Tiempo y promedio de inversión

Tabla Nº 2.6
Número promedio de centros pre – escolares y categoría

Tabla Nº 2.7
Estimación del número promedio de niños pre – escolares
Según tipo de instituciones PÚBLICAS

Tabla Nº 2.8
Estimación del número promedio de niños pre – escolares
Según tipo de instituciones PRIVADAS

Tabla Nº 2.9
Estimación del número promedio de niños pre – escolares
Según instituciones PUBLICAS Y PRIVADAS

Tabla Nº 2.10
Evolución histórica del mercado potencial de niños

Tabla Nº 2.11
Compra promedio de juguetes por niveles

Tabla Nº 2.12
Compra promedio de juguetes por niveles

Tabla Nº 2.13
Oferta y demanda histórica

Tabla N° 2.14
Oferta y demanda proyectada

Tabla N° 3.1
Estimación del tamaño del proyecto
Tabla N° 5.1
Inversión en equipos

Tabla N° 5.2
Inversión en muebles y enseres

Tabla N° 5.3
Inversión Diferida

Tabla N° 5.4
Inversión inicial en capital de operaciones

Tabla N° 5.5
Inversión Total

Tabla N° 5.6
Costos directos de producción

Tabla N° 7.1
Componentes de la inversión fija

Tabla N° 7.2
Equipos de computación y oficina

Tabla N° 7.3
Inversión en muebles y enseres

Tabla N° 7.4
Componentes de inversión diferida

Tabla N° 7.5
Componentes de inversión de reemplazo

Tabla N° 7.6
Cronograma de inversiones

Tabla N° 7.7
Proyecciones del pago del financiamiento bancario

Tabla N° 8.1
Precios estimados de los productos

Tabla N° 8.2
Ingresos proyectados según línea de productos.

Tabla N° 8.3
Costos directos de producción

Tabla N° 8.4
Costos directos de producción anual

Tabla N° 8.5
Costos indirectos de diseño de plantillas

Tabla N° 8.6
Costos indirectos de personal del área de producción

Tabla N° 8.7
Costos variables

Tabla N° 8.8
Costos fijos

Tabla N° 8.8.1
Presupuesto de gastos administrativos - gestiones 2008 – 2017
De la empresa Chiquitools

Tabla N° 8.8.2
Presupuesto de gastos de comercialización - gestiones 2008 – 2017
De la empresa Chiquitools

Tabla N° 8.8.3
Presupuesto de otros gastos operativos – gestiones 2008 – 2007
De la empresa Chiquitools

Tabla N° 8.9
Costo de Depreciación activos fijos

Tabla N° 8.10
Amortización de activos diferidos

Tabla N° 8.11
Costos unitarios de producción

Tabla N° 8.12
Costos totales anuales proyectados

Tabla N° 9.1
Balance General proyectado para los años 2008 a 2017

Tabla N° 9.2
Estado de resultados por su variabilidad para los años 2008 a 2017

Tabla N° 9.3
Estado de resultados por objeto del gasto para los años 2008 a 2017

Tabla N° 9.4
Fuentes y usos de fondos

Tabla N° 10.1
Evaluación económica del proyecto

Tabla N° 10.2
Evaluación financiera del proyecto

Tabla N° 10.3
Flujo de caja

Tabla N° 10.4
Evaluación financiera del proyecto

Tabla N° 10.5
Análisis de sensibilidad del proyecto

Tabla N° 10.6
Análisis de Sensibilidad del proyecto (Escenario Optimista)

Tabla N° 10.7
Cambios en el flujo producto, de modificación de los factores (Sensibilidad)
Escenario Optimista

Tabla N° 10.8
Análisis de Sensibilidad del proyecto (Escenario Pesimista)

Tabla N° 10.9
Cambios en el flujo producto, de modificación de los factores (Sensibilidad)
Escenario Pesimista

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 2.1

Modelo del prototipo de los juguetes didácticos a producirse

Figura N° 2.2

Fuerzas que mueven la competencia en un sector

Figura N° 4.1

Empaque del producto “Rompecabezas”

Figura N° 4.2

Empaque del producto “Seriación”

Figura N° 5.1

Flujograma Del Proceso De Producción

Figura N° 5.2

Diseño Arquitectónico de la Fábrica

Figura N° 6.1

Organigrama empresa CHIQUITOOLS

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 2.1

Tipo de juguetes ofertados

Gráfico N° 2.1

Formas de distribución de los productos

Gráfico N° 2.3

Origen de las marcas ofrecidas

Gráfico N° 2.4

Elementos importantes para el servicio de la guardería

Gráfico N° 2.5

Relevancias de los juguetes dentro de la actividad de enseñanza

Gráfico N° 2.6

Tipo de material predominante

Gráfico N° 2.7

Lugar de adquisición

Gráfico N° 2.8

Tiempo promedio de adquisición de los juguetes

Gráfico N° 2.9

Inversión promedio

Gráfico N° 2.10

Medio para conocer al proveedor

Gráfico N° 2.11

Percepción acerca de los juguetes didácticos

Gráfico N° 2.12

Proporción de encuestados que consideran nueva oferta