

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 N° 2.1
Tipo de material de mayor predominio de acuerdo al nivel de importancia

Tabla N° 2.2
Nivel de importancia asignado

Tabla N° 2.3
Marca de juguetes más utilizados

Tabla N° 2.4
Marca y lugar de adquisición

Tabla N° 2.5
Tiempo y promedio de inversión

Tabla N° 2.6
Número promedio de centros pre – escolares y categoría

Tabla N° 2.7
Estimación del número promedio de niños pre – escolares
Según tipo de instituciones PÚBLICAS

Tabla N° 2.8
Estimación del número promedio de niños pre – escolares
Según tipo de instituciones PRIVADAS

Tabla N° 2.9
Estimación del número promedio de niños pre – escolares
Según instituciones PUBLICAS Y PRIVADAS

Tabla N° 2.10
Evolución histórica del mercado potencial de niños

Tabla N° 2.11
Compra promedio de juguetes por niveles

Tabla N° 2.12
Compra promedio de juguetes por niveles

Tabla N° 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