

## ÍNDICE DE CONTENIDO

### CAPÍTULO I: NATURALEZA DE LA EMPRESA

1.1	Introducción	1
1.2	Proceso Creativo	3
1.2.1	Lluvia de Ideas	3
1.2.2	Evaluación y Selección de Idea	5
1.2.3	Descripción de la Idea	5
1.2.4	Lluvia de Ideas para Seleccionar el Nombre	6
1.3	Antecedentes del Proyecto	7
1.4	Justificación del Proyecto	9
1.4.1	Justificación Económica	9
1.4.2	Justificación Técnica	10
1.4.3	Justificación Social	10
1.5	Objetivos del Proyecto	10
1.5.1	Objetivo General	10
1.5.2	Objetivos Específicos	10
1.6	Alcances	11
1.6.1	Espacial	11
1.6.2	Temporal	11
1.6.3	Sustantivo	11

### CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1	Objetivos	12
2.1.1	Objetivo General	12
2.1.2	Objetivos Específicos	12
2.2	Determinación del Mercado	12
2.3	Definición de Servicio	13

2.4	Metodología de la Investigación	14
2.4.1	Desarrollo del Plan de Investigación	14
2.4.1.1	Fuentes de Información	15
2.4.1.1.1	Fuentes y Técnicas de Información Secundarias	15
2.4.1.1.2	Fuentes y Técnicas de Información Primarias	16
2.4.1.2	Plan de Muestreo	16
2.4.2	Determinación del Tamaño de la Muestra para el Estudio de Mercado	17
2.5	Estudio de Mercado	19
2.6	Cruce de Variables	24
2.7	Análisis de la Oferta	27
2.7.1	Oferta Actual	27
2.7.2	Oferta Proyectada	28
2.8	Análisis de la Demanda	29
2.8.1	Demanda Actual	29
2.8.2	Demanda Proyectada	29
2.9	Balance Oferta – Demanda	30
2.10	Análisis de Precios	31

### **CAPÍTULO III: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

3.1	Objetivos	32
3.1.1	Objetivo General	32
3.1.2	Objetivos Específicos	32
3.2	Localización	32
3.2.1	Macro Localización	33
3.2.2	Micro Localización	34
3.2.2.1	Determinación de la Micro Localización	35
3.3	Tamaño	37

## **CAPÍTULO IV: ESTRATEGÍA Y MARKETING**

4.1	Objetivos	38
4.1.1	Objetivo General	38
4.1.2	Objetivos Específicos	38
4.2	Planificación Estratégica	38
4.2.1	Direccionamiento Estratégico	39
4.2.1.1	Misión	39
4.2.1.2	Visión	39
4.2.1.3	Objetivos	40
4.2.1.4	Valores Corporativos	41
4.3	Análisis Estratégico	41
4.3.1	Diagnostico Externo	41
4.3.1.1	Análisis del Macro Ambiente	42
4.3.1.2	Análisis de la Industria o Sector	43
4.3.1.3	Matriz de Evaluación de Factores Externos	48
4.3.1.4	Matriz de Evaluación de Factores Internos	50
4.3.1.5	Análisis de la Matriz F.O.D.A	53
4.4	Formulación de la Estrategia	55
4.5	Plan de Marketing	56
4.5.1	Determinación del Plan de Marketing	56
4.5.1.1	Mercado Meta	57
4.5.1.2	Desarrollo de la Mezcla de Marketing	57
4.5.1.2.1	Servicio	57
4.5.1.2.2	Precio	58
4.5.1.2.3	Mezcla Promocional	59
4.5.2	Cronograma Publicitario	63

## **CAPÍTULO V: ESTUDIO TÉCNICO**

5.1	Objetivos	65
5.1.1	Objetivo General	65
5.1.2	Objetivos Específicos	65
5.2	Servicio	65
5.2.1	Servucción	67
5.2.2	Proceso de Generación del Servicio	73
5.3	Requerimientos	74

## **CAPÍTULO VI: ORGANIZACIÓN**

6.1	Objetivos	77
6.1.1	Objetivo General	77
6.1.2	Objetivos Específico	77
6.2	Organización Jurídica	77
6.2.1	Elección del Tipo de Sociedad	78
6.2.2	Razón Social	80
6.2.3	Actividades para la Conformación Societaria Legal	80
6.3	Estructura Organizacional	81
6.3.1	Organigrama	82
6.4	Recursos Humanos	82
6.4.1	Políticas de Recursos Humanos	83
6.4.1.1	Políticas de Admisión	83
6.4.2	Proceso de Gestión de Recursos Humanos	84
6.4.2.1	Admisión de Recursos Humanos	84
6.4.2.2	Manual de Funciones	87
6.4.2.3	Evaluación de Cargos	87
6.4.2.4	Remuneración de Personas	88

## **CAPÍTULO VII: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

7.1	Objetivos	90
7.1.1	Objetivo General	90
7.1.2	Objetivos Específicos	90
7.2	Inversiones	90
7.2.1	Inversión Fija	91
7.2.2	Inversión Diferida	91
7.2.2.1	Capacitación del Personal	92
7.2.2.2	Publicidad	92
7.2.3	Inversión en Capital de Operaciones	92
7.3	Cronograma de Inversiones	93
7.4	Financiamiento	94
7.4.1	Estructura de Capital	95
7.4.2	Servicio de la Deuda	96

## **CAPÍTULO VIII: INGRESOS Y COSTOS**

8.1	Objetivos	97
8.1.1	Objetivo General	97
8.1.2	Objetivos Específicos	97
8.2	Costos	97
8.2.1	Costos Fijos	97
8.2.2	Costos Variables	98
8.3	Ingresos	99
8.4	Impuestos	99
8.4.1	Impuesto al Valor Agregado (IVA)	100
8.4.2	Impuesto a las Transacciones (IT)	100
8.4.3	Impuesto a las Utilidades de la Empresa (IUE)	101
8.5	Estados Financieros	101

8.5.1	Estado de Resultados	101
8.4.2	Estado de Fuentes y Usos	102

## **CAPÍTULO IX: EVUALUACIÓN DEL PROYECTO**

9.1	Objetivos	104
9.1.1	Objetivo General	104
9.1.2	Objetivos Específicos	104
9.2	Evaluación Financiera	104
9.2.1	Flujo de Caja	105
9.2.2	Indicadores de Evaluación Financiera	106
9.2.2.1	Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMRA)	106
9.2.2.2	Valor Actual Neto (VAN)	107
9.2.2.3	Tasa Interna de Retorno (TIR)	108
9.2.2.4	Índice de Rentabilidad o de Relación Costo/Beneficio	110
9.2.2.5	Periodo de Recuperación del Capital	110
9.2.2.6	Punto de Equilibrio	111
9.2.2.7	Análisis de Sensibilidad	112

<b>CONCLUSIONES</b>	<b>113</b>
---------------------	------------

<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>114</b>
------------------------	------------