

Índice

CAPITULO I : INTRODUCCIÓN

| | | |
|----------|---|----------|
| 1 | INTRODUCCION..... | 3 |
| 1.1 | PROCESO CREATIVO | 7 |
| 1.1.1 | TECNICA PARA GENERACIÓN DE LA IDEA | 8 |
| 1.1.1.1 | LLUVIA KDE IDEAS | 10 |
| 1.1.1.2 | EVALUACIÓN DE FILTRADO DE IDEAS..... | 12 |
| 1.1.1.3 | ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE LA IDEA | 14 |
| 1.1.1.4 | RELACIÓN DE ATRIBUTOS DEL SERVICIO PRESELECCIONADO..... | 16 |
| 1.1.2 | ELECCIÓN Y EVALUACIÓN DEL NOMBRE DE LA EMPRESA..... | 18 |
| 1.1.3 | DESCRIPTION DE LA EMPRESA | 19 |
| 1.1.4 | PLAN DE EMPRESA | 20 |
| 1.2 | PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 22 |
| 1.2.1 | DEFINICION DEL NEGOCIO | 22 |
| 1.2.2 | ANÁLISIS PREVISTO DE LA COMPETENCIA..... | 26 |
| 1.2.2.1 | IDENTIFICACION DE LOS COMPETIDORES | 27 |
| 1.3 | ANTECEDENTES DEL PROYECTO | 33 |
| 1.3.1 | VIABILIDAD EN EL LANZAMIENTO DEL NUEVO SERVICIO..... | 34 |
| 1.4 | JUSTIFICACION DEL PROYECTO..... | 38 |
| 1.4.1 | JUSTIFICACION TEORICA | 38 |
| 1.4.2 | JUSTIFICACION ECONOMICA..... | 42 |
| 1.4.3 | JUSTIFICACION SOCIAL..... | 43 |
| 1.4.4 | JUSTIFICACION AMBIENTAL | 44 |
| 1.5 | OBJETIVOS DEL PROYECTO | 44 |
| 1.5.1 | OBJETIVOS ESPECIFICOS..... | 44 |
| 1.6 | ALCANCES | 45 |

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

| | | |
|---------|---|----|
| 2 | INTRODUCCION | 48 |
| 2.1 | ESTUDIO DE MERCADO | 48 |
| 2.1.1 | PROCESO DE ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES | 50 |
| 2.2 | OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO | 51 |
| 2.3 | ALCANCE | 52 |
| 2.4 | DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACION | 54 |
| 2.4.1 | DETERMINACION DE NECESIDADES ESPECÍFICAS DE INFORMACION | 54 |
| 2.4.2 | RECOPIACIÓN DE INFORMACION SECUNDARIA | 54 |
| 2.4.3 | PLANIFICACIÓN DE LA RECOPIACIÓN DE DATOS PRIMARIOS | 55 |
| 2.5 | PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO..... | 56 |
| 2.5.1 | DESCRIPCION DEL PRODUCTO PRINCIPAL Y SUBPRODUCTO | 56 |
| 2.5.2 | USOS DEL PRODUCTO | 64 |
| 2.5.2.1 | USOS A LARGO PLAZO..... | 65 |
| 2.6 | ANALISIS DE LA OFERTA..... | 67 |
| 2.6.1 | VALOR TOTAL DE VENTAS DE LA INDUSTRIA..... | 68 |
| 2.7 | ANÁLISIS DE LA DEMANDA | 70 |
| 2.7.1 | DEMANDA DE LOS CLIENTES FINALES | 72 |
| 2.7.1.1 | DETERMINACION DE LA MUESTRA | 72 |
| 2.7.1.2 | ANALISIS DE DATOS ENCUESTAS | 73 |
| 2.7.2 | ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA | 81 |
| 2.7.2.1 | OFERTA Y DEMANDA HISTORICA..... | 81 |
| 2.7.2.2 | OFERTA Y DEMANDA PROYECTADA..... | 82 |
| 2.8 | ANALISIS DEL PRECIO..... | 83 |
| 2.9 | ANALISIS DE LA COMERCIALIZACION | 85 |
| 2.10 | ANALISIS DEL MACROAMBIENTE..... | 86 |

CAPITULO III: TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO

| | | |
|----------|--|-----------|
| 3 | INTRODUCCION | 92 |
| 3.1 | TAMAÑO DEL PROYECTO | 92 |
| 3.1.1 | FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO..... | 93 |
| 3.1.2 | TAMAÑO PROYECTADO | 95 |
| 3.2 | LOCALIZACION DEL PROYECTO..... | 95 |
| 3.2.1 | IMPORTANCIA Y CONTENIDO DE LA DECISION DE LOCALIZACIÓN | 96 |
| 3.2.2 | DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DE UBICACIÓN DEL PROYECTO | 98 |
| 3.2.2.1 | <i>HISTORIA SITUACIÓN Y EXTENSIÓN</i> | 98 |
| 3.2.3 | ANTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL..... | 107 |
| 3.2.3.1 | <i>ECONOMIA</i> | 107 |
| 3.2.3.2 | <i>INDUSTRIA</i> | 109 |
| 3.2.3.3 | <i>COMERCIO</i> | 110 |
| 3.2.4 | DISTRITOS DE SANTA CRUZ..... | 110 |
| 3.2.5 | MACROLOCALIZACION | 111 |
| 3.2.6 | MICROLOCALIZACION..... | 115 |
| 3.2.7 | UBICACION DEL PROYECTO | 117 |

CAPITULO IV: ESTRATEGIA Y MARKETING

| | | |
|----------|--|------------|
| 4 | INTRODUCCION | 120 |
| 4.1 | PLANIFICACION ESTRATEGICA..... | 121 |
| 4.1.1 | OBJETIVOS DEL AREA | 124 |
| 4.1.1.1 | <i>EJES ESTRATEGICOS 2007 2012</i> | 124 |
| 4.1.1.2 | <i>OBJETIVOS ESTRATEGICOS DEL PERIODO</i> | 125 |
| 4.1.2 | LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS..... | 126 |
| 4.1.3 | ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCION ESTRATÉGICA..... | 127 |

| | | |
|-------------------|--|------------|
| 4.1.4 | PENSAMIENTO ESTRATÉGICO | 129 |
| 4.1.4.1 | MISION | 129 |
| 4.1.4.1.1 | NUESTRO NEGOCIO | 129 |
| 4.1.4.2 | VISION | 131 |
| 4.1.4.3 | IDENTIDAD | 131 |
| 4.1.4.4 | VALORES Y PRINCIPIOS | 132 |
| 4.1.4.5 | CODIGO DE ETICA | 134 |
| 4.1.5 | ANALISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO | 137 |
| 4.1.6 | FORMULACION ESTRATEGICA | 147 |
| 4.1.6.1 | MODELO DELTA | 147 |
| 4.1.6.2 | ESTRATEGIA DEL OCEANO AZUL | 150 |
| 4.1.6.3 | LA MATRIZ DE LA GRAN ESTRATEGIA | 152 |
| 4.1.6.4 | ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA | 156 |
| 4.2 | PLAN DE MARKETING | 164 |
| 4.2.1 | DESARROLLO DEL PLAN | 164 |
| 4.2.1.1 | PLAN DE MARKETING DE LA EMPRESA | 165 |
| 4.2.1.2 | MERCADO PASADO, PRESENTE Y FUTURO | 166 |
| 4.2.1.2.1 | CICLO DE MERCADO | 168 |
| 4.2.1.3 | DEFINICION DEL SERVICIO | 169 |
| 4.2.1.4 | COMPARACION DE PRODUCTOS Y POSICIÓN EN EL MERCADO | 170 |
| 4.2.1.5 | PROMESA AL CONSUMIDOR | 174 |
| 4.2.1.6 | ESTRATEGIAS DE COMUNICACION | 176 |
| 4.2.1.7 | ESTRATEGIA DE RELACIONES PUBLICAS Y EJECUCIÓN | 182 |
| 4.2.1.8 | ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y EJECUCIÓN | 183 |
| 4.2.1.9 | OTRAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES | 183 |
| 4.2.1.9.1 | MARKETING DIRECTO | 183 |
| 4.2.1.9.2 | MARKETING POR PARTE DE TERCEROS | 185 |
| 4.2.1.10 | EMBALAJE Y REALIZACION | 186 |
| 4.2.1.10.1 | REMOLQUES | 186 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 4.2.1.11 | <i>PRECIOS Y POLITICAS.....</i> | 186 |
| 4.2.1.12 | <i>DESCUENTOS Y BONIFICACIONES.....</i> | 194 |
| 4.2.1.13 | <i>POLITICA DEL SERVICIO POST VENTA Y GARANTÍA.....</i> | 195 |
| 4.2.1.14 | <i>POLITICA DE VENTAS.....</i> | 195 |
| 4.2.1.15 | <i>DISTRIBUCION.....</i> | 196 |
| 4.2.1.16 | <i>CANALES DE DISTRIBUCION.....</i> | 197 |
| 4.3 | MEZCLA DE MERCADOTECNIA..... | 198 |
| 4.3.1 | DISEÑO DEL SERVICIO..... | 198 |
| 4.3.2 | POLITICA DEL SERVICIO..... | 198 |
| 4.3.3 | PRODUCTO MEDULAR..... | 199 |
| 4.3.4 | PRODUCTO FORMAL..... | 200 |
| 4.3.4.1 | <i>CALIDAD.....</i> | 200 |
| 4.3.4.2 | <i>MARCA.....</i> | 200 |
| 4.3.4.3 | <i>LOGOTIPO.....</i> | 202 |
| 4.3.4.3.1 | IMAGEN Y DISEÑO..... | 203 |
| 4.3.4.4 | <i>ETIQUETA DEL PRODUCTO.....</i> | 204 |
| 4.3.5 | PRECIO..... | 205 |
| 4.3.5.1 | <i>FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA FIJACION DE PRECIOS.....</i> | 206 |
| 4.3.6 | PLAZA O DISTRIBUCION..... | 206 |
| 4.3.7 | PROMOCION DEL SERVICIO..... | 209 |
| 4.3.7.1 | <i>OBJETIVOS DE LA PROMOCION.....</i> | 210 |
| 4.3.7.2 | <i>PROMOCION DE VENTAS.....</i> | 214 |
| 4.3.8 | PUBLICIDAD..... | 215 |
| 4.4 | PRESUPUESTO DE MARKETING..... | 210 |

CAPITULO V: INGENIERÍA DEL PROYECTO

| | | |
|-------------|---|------------|
| 5 | INTRODUCCION..... | 221 |
| 5.1 | CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO | 221 |
| 5.1.1 | EL DIRIGIBLE..... | 221 |
| 5.1.2 | CONTROL DE LOS AEROMODELOS | 222 |
| 5.1.3 | DESCRIPTION DE LA GONDOLA..... | 225 |
| 5.2 | ANÁLISIS DEL PROCESO DE PRODUCCION..... | 226 |
| 5.2.1 | EL BANNER..... | 228 |
| 5.2.1.1 | <i>DIMENSIONES DE LOS BANNER</i> | 229 |
| 5.2.1.2 | <i>ADHERENCIA DEL BANNER A LA SUPERFICIE DEL DIRIGILE</i> | 230 |
| 5.2.1.3 | <i>CARACTERÍSTICAS DEL MENSAJE DEL BANNER</i> | 231 |
| 5.2.1.4 | <i>NATURALEZA Y ESTÉTICA DEL MENSAJE</i> | 232 |
| 5.2.2 | LLENADO DE HELIO..... | 233 |
| 5.2.3 | IMPRESION EN PLOTTER..... | 234 |
| 5.3 | REQUERIMIENTOS | 237 |
| 5.3.1 | INVERSION FIJA | 237 |
| 5.3.1.1 | <i>DIRIGIBLES</i> | 237 |
| 5.3.1.2 | <i>REMOLQUE</i> | 242 |
| 5.3.1.3 | <i>REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA</i> | 242 |
| 5.3.1.3.1 | PLOTTER DE IMPRESION | 242 |
| 5.3.1.3.1.1 | <i>HP DESIGNJET 5000</i> | 243 |
| 5.3.1.3.2 | PLOTTER DE CORTE..... | 246 |
| 5.3.1.3.3 | RECICLAJE DE GAS HELIO | 247 |
| 5.3.1.4 | <i>REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA</i> | 249 |
| 5.3.1.4.1 | GASES DE SUSTENTACION..... | 249 |
| 5.3.1.4.2 | GARRAFAS GLP | 252 |
| 5.3.1.4.3 | LONA BACKLIT..... | 252 |
| 5.3.1.4.4 | LONA FRONTLIT..... | 252 |

| | | |
|------------|---|-----|
| 5.3.1.4.5 | LONA BLOCKOUT | 252 |
| 5.3.1.4.6 | VINILO AUTOADHESIVO | 252 |
| 5.3.1.4.7 | BARNIZ BRILLO | 253 |
| 5.3.1.4.8 | CABEZALES PARA PLOTTER HP | 253 |
| 5.3.1.4.9 | CARTUCHOS PARA PLOTTER HP | 256 |
| 5.3.1.4.10 | MATERIAL LAMINADO PARA REPARACIONES | 257 |
| 5.3.1.5 | <i>REQUERIMIENTOS DE MATERIALES DIRECTOS</i> | 260 |
| 5.3.1.5.1 | REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENSERES | 261 |
| 5.4 | LAYOUT DE PLANTA | 262 |
| 5.4.1 | PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA DISTRIBUCIÓN EN PLANTA | 263 |

CAPITULO VI: ORGANIZACIÓN

| | | |
|---------|--|-----|
| 6 | INTRODUCCION | 267 |
| 6.1 | ORGANIZATION GENERAL | 267 |
| 6.1.1 | CARACTERÍSTICAS DE LAS SOCIEDADES COMERCIALES | 268 |
| 6.1.1.1 | <i>RAZON SOCIAL</i> | 268 |
| 6.1.2 | TIPOLOGIA DE LAS SOCIEDADES COMERCIALES | 270 |
| 6.1.3 | ELECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN SOCIETARIA CONVENIENTE | 270 |
| 6.1.4 | PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ELEGIDA | 271 |
| 6.2 | PROCESO DE ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA | 272 |
| 6.2.1 | NIT | 274 |
| 6.2.2 | AFP Y ALCALDIA | 275 |
| 6.2.3 | CAJA, MINISTERIO Y GREMIO | 275 |
| 6.2.4 | TESTIMONIO DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA | 276 |
| 6.2.5 | REGLAMENTO DEL PERSONAL INTERNO | 276 |
| 6.2.6 | FUNDEMPRESA | 276 |
| 6.2.7 | IMPUESTOS NACIONALES SIN | 276 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 5.2.8 | PADRÓN MUNICIPAL Y LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO | 280 |
| 5.2.9 | CAJA NACIONAL DE SALUD | 281 |
| 5.2.10 | ADMINISTRACIÓN DE FONDO DE PENSIONES..... | 282 |
| 5.2.11 | MINISTERIO DE TRABAJO..... | 283 |
| 5.2.12 | CAMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO..... | 283 |
| 5.2.13 | DISPOSICIONES LEGALES DEL NEGOCIO | 283 |
| 5.2.13.1 | <i>GESTIÓN DE LA CAMARA SOBRE PATENTES DE PUBLICIDAD ANTE LA H.A.M.....</i> | <i>284</i> |
| 5.2.13.1.1 | REGLAMENTACION PUBLICITARIA EXTERIOR VIGENTE..... | 286 |
| 5.2.13.1.2 | VALOR DE LA AUTORIZACION MUNICIPAL | 286 |
| 5.2.13.1.3 | NORMATIVA DE LA PUBLICIDAD AEREA..... | 288 |
| 6.3 | ORGANIGRAMA | 286 |
| 6.3.1 | TIPOS DE ORGANIZATION | 290 |
| 6.4 | MANUALES ADMINISTRATIVOS..... | 293 |
| 6.4.1 | MANUAL DE ORGANIZATION | 294 |
| 6.4.2 | MANUAL DE POLITICAS..... | 294 |
| 6.4.3 | MANUAL DE PROCEDIMIENTOS | 295 |
| 6.4.3.1 | <i>MANUAL DE VUELO DE DIRIGIBLE.....</i> | <i>295</i> |
| 6.5 | GESTION DEL TALENTO HUMANO | 299 |
| 6.5.1 | OBJETIVO GENERAL DE NUESTRA GESTIÓN DE RRHH | 300 |
| 6.5.2 | OBJETIVOS ESPECIFICOS..... | 300 |
| 6.5.3 | POLITICAS DE SELECCION | 301 |
| 6.5.4 | METODOLOGÍA DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL..... | 304 |
| 6.5.4.1 | <i>EL AVISO.....</i> | <i>304</i> |
| 6.5.4.2 | <i>CLASIFICACION DE LOS CURRICULUM VITAE.....</i> | <i>304</i> |
| 6.5.4.3 | <i>REVISION DE REFERENCIAS.....</i> | <i>306</i> |
| 6.5.4.4 | <i>LA ENTREVISTA.....</i> | <i>309</i> |
| 6.5.4.5 | <i>REGLAS PARA EL ENTREVISTADOR</i> | <i>314</i> |
| 6.5.4.6 | <i>PRUEBAS PSICOLOGICAS.....</i> | <i>316</i> |
| 6.5.4.7 | <i>CLASIFICACION DE LOS CANDIDATOS.....</i> | <i>316</i> |

| | | |
|-----------|---|-----|
| 6.5.4.8 | EL CONTRATO | 317 |
| 6.5.5 | POLÍTICAS DE INCENTIVOS, BENEFICIOS, SEGURIDAD E HIGIENE..... | 318 |
| 6.5.5.1 | OBJETIVO | 319 |
| 6.5.5.2 | POLÍTICAS DE INCENTIVOS..... | 319 |
| 6.5.5.3 | POLÍTICAS DE HIGIENE Y SEGURIDAD LABORAL..... | 321 |
| 6.5.6 | CAPACITACIÓN DE RRHH..... | 322 |
| 6.5.6.1 | TIPOS DE CAPACITACION..... | 322 |
| 6.5.6.2 | DISEÑO DE LA CAPACITACION..... | 324 |
| 6.5.6.3 | POLÍTICAS DE ADMINISTRACIÓN DEL DESEMPEÑO | 326 |
| 6.5.6.3.1 | VARIABLES..... | 327 |
| 6.5.6.4 | POLÍTICAS DE ADMINISTRACIÓN DEL DESEMPEÑO APLICADO | 329 |
| 6.5.6.4.1 | METODO DE LA ESCALA GRAFICA..... | 333 |
| 6.5.6.5 | POLITICAS DE INDUCCION Y REINDUCCION..... | 336 |
| 6.5.6.6 | ADMINISTRACION SALARIAL | 338 |
| 6.5.6.6.1 | MERCADO LABORAL..... | 338 |
| 6.5.7 | MANUAL DE VALORACION DE CARGOS | 343 |
| 6.5.7.1 | DETERMINACION DEL TIPO DE TRABAJO A VALORAR..... | 344 |
| 6.5.7.2 | DEFINICIÓN DE LOS FACTORES Y GRADOS PARA LOS NIVELES I | 345 |
| 6.5.7.3 | DEFINICION DE LOS FACTORES Y GRADOS PARA LOS NIVELES II | 345 |
| 6.5.8 | ESCALA DE VALORACION | 360 |
| 6.5.8.1 | PONDERACIÓN DE FACTORES Y PUNTAJES..... | 360 |

CAPITULO VII: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

| | | |
|-------|---|-----|
| 7 | INTRODUCCIÓN | 364 |
| 7.1 | COMPONENTES DE LA INVERSIÓN FIJA | 365 |
| 7.1.1 | MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCION | 368 |
| 7.1.2 | GASTOS DE IMPORTACIÓN MAQUINARIA Y DIRIGIBLES | 369 |
| 7.1.3 | DIRIGIBLES R.C..... | 371 |
| 7.1.4 | VEHICULOS | 375 |

| | | |
|-----------|--|-----|
| 7.1.5 | EQUIPOS DE COMPUTACION | 376 |
| 7.1.6 | MUEBLES Y ENSERES | 377 |
| 7.2 | COMPONENTES DE LA INVERSIÓN DIFERIDA | 378 |
| 7.2.1 | GASTOS DE ORGANIZATION | 378 |
| 7.2.2 | GASTOS DE CAPACITACION | 379 |
| 7.2.3 | GASTOS DE ESTUDIOS | 379 |
| 7.2.4 | REFACCIONES CIVILES | 380 |
| 7.3 | CAPITAL DE TRABAJO | 380 |
| 7.3.1 | SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL | 381 |
| 7.3.2 | ALQUILER DE INSTALACIONES | 384 |
| 7.3.3 | MATERIA PRIMA | 384 |
| 7.3.4 | MATERIAL DIRECTO | 386 |
| 7.3.5 | SERVICIOS BASICOS | 387 |
| 7.3.6 | MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS | 387 |
| 7.3.7 | PUBLICIDAD | 388 |
| 7.3.8 | INDUMENTARIA | 389 |
| 7.3.9 | MATERIAL DE ESCRITORIO | 389 |
| 7.3.10 | MATERIAL DE LIMPIEZA | 390 |
| 7.3.11 | GASTOS DE TRANSPORTE Y MANTENIMIENTO | 390 |
| 7.3.12 | SERVICIO DE CAFÉ Y REFRIGERIOS | 391 |
| 7.3.13 | CRONOGRAMA DE INVERSIONES | 391 |
| 7.4 | FINANCIAMIENTO | 392 |
| 7.4.1 | FINANCIAMIENTO CON APORTE PROPIO | 395 |
| 7.4.2 | FINANCIAMIENTO MEDIANTE PRESTAMO | 395 |
| 7.4.2.1 | CONDICIONES DE PRESTAMO | 396 |
| 7.4.2.1.1 | FUENTES DE CREDITO ELEGIDA | 397 |
| 7.4.2.2 | AMORTIZACION | 398 |
| 7.5 | CUADRO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS | 399 |
| 7.6 | BALANCE DE APERTURA DE LA EMPRESA | 399 |

CAPITULO VIII: INGRESOS Y COSTOS PROYECTADOS

| | | |
|-----------------|--|------------|
| 8 | AREA CONTABLE DE LA EMPRESA | 400 |
| 8.1 | SISTEMA DE COSTOS..... | 402 |
| 8.1.1 | PLAN DE CUENTAS..... | 403 |
| 8.2 | INGRESOS DEL PROYECTO | 405 |
| 8.2.1 | PRECIO DE VENTA..... | 405 |
| 8.2.1.1 | PRECIOS DEL MERCADO..... | 406 |
| 8.2.2 | INGRESOS PROYECTADOS | 413 |
| 8.2.2.1 | ESTACIONALIDAD | 413 |
| 8.3 | COSTOS DEL PROYECTO..... | 414 |
| 8.3.1 | COSTOS VARIABLES..... | 414 |
| 8.3.1.1 | MATERIA PRIMA..... | 414 |
| 8.3.1.2 | MATERIAL DIRECTO..... | 415 |
| 8.3.1.3 | IMPUESTOS MUNICIPALES SOBRE LA PUBLICIDAD | 415 |
| 8.3.2 | COSTOS FIJOS | 416 |
| 8.3.2.1 | SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL..... | 416 |
| 8.3.2.2 | MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA | 417 |
| 8.3.2.3 | INDUMENTARIA | 417 |
| 8.3.2.4 | MATERIAL DE ESCRITORIO..... | 418 |
| 8.3.2.5 | MATERIAL DE LIMPIEZA | 419 |
| 8.3.2.6 | PUBLICIDAD..... | 419 |
| 8.3.2.7 | SERVICIO DE CAFÉ Y REFRIGERIOS | 420 |
| 8.3.2.8 | IMPUESTOS | 421 |
| 8.3.2.9 | SERVICIOS BASICOS..... | 421 |
| 8.3.2.10 | GASTOS DE TRANSPORTE Y MANTENIMIENTO..... | 423 |
| 8.3.3 | CALCULO DE LA DEPRECIACION | 423 |
| 8.3.4 | COSTOS ANUALES PROYECTADOS..... | 425 |

CAPITULO IX: ESTADOS FINANCIEROS

| | | |
|------------|------------------------------------|------------|
| 9 | INTRODUCCION | 429 |
| 9.1 | BALANCE GENERAL | 429 |
| 9.2 | ESTADOS DE RESULTADOS | 432 |

CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL PROYECTO

| | | |
|-------------------|--|------------|
| 10 | INTRODUCCION | 435 |
| 10.1 | TIPOS DE EVALUACION | 435 |
| 10.1.1 | EVALUACION ECONOMICA | 435 |
| 10.1.1.1 | CONTRIBUCION EN LA UTILIDAD BRUTA POR SERVICIO | 436 |
| 10.1.2 | EVALUACION FINANCIERA | 437 |
| 10.1.2.1 | FLUJO DE CAJA | 437 |
| 10.1.2.1.1 | CONSTRUCCION DEL FLUJO DE CAJA DE UNA NUEVA EMPRESA | 438 |
| 10.1.2.2 | FLUJO DE CAJA SIN FINANCIAMIENTO | 440 |
| 10.1.2.2.1 | CALCULO DEL VAN SIN FINANCIAMIENTO | 440 |
| 10.1.2.3 | FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO | 443 |
| 10.2 | INDICADORES | 445 |
| 10.2.1 | VALOR ACTUAL NETO VAN | 445 |
| 10.2.2 | TASA INTERNA DE RETORNO TIR | 446 |
| 10.2.3 | TASA INTERNA DE RETORNO MODIFICADA TIR_m | 448 |
| 10.2.4 | APALANCAMIENTO FINANCIERO | 440 |
| 10.2.5 | PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN | 451 |
| 10.2.6 | RELACION COSTO BENEFICIO | 453 |
| 10.2.7 | PUNTO DE EQUILIBRIO | 453 |
| 10.2.8 | ANALISIS DE SENSIBILIDAD | 454 |
| 10.3 | RATIOS FINANCIEROS | 455 |
| 10.3.1 | INDICE DE LIQUIDEZ | 456 |
| 10.3.2 | CAPITAL DE TRABAJO | 457 |

| | | |
|-----------|---------------------------------------|------------|
| 10.3.3 | RAZON DE ENDEUDAMIENTO | 457 |
| 10.3.4 | PRUEBA ACIDA | 458 |
| 10.3.5 | RAZON DE EFICIENCIA Y OPERACION | 458 |
| 10.3.6 | RENTABILIDAD SOBRE VENTAS | 458 |
| 10.3.7 | RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS | 458 |
| 10.3.8 | RENTABILIDAD SOBRE CAPITAL | 459 |
| 10.3.9 | ROTACION DE ACTIVO TOTAL | 459 |
| 11 | CONCLUSIONES Y APORTES | 462 |
| 11.1 | CONCLUSIONES | 462 |
| 11.2 | APORTES | 462 |
| | BIBLIOGRAFIA..... | 467 |

ANEXOS

| | | |
|-----------------|---|-----------|
| ANEXO 1 | ENCUESTA Y ENTREVISTA..... | 1 |
| ANEXO 2 | RESULTADOS DEL SONDEO..... | 6 |
| ANEXO 3 | SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA..... | 10 |
| ANEXO 4 | REGLAMENTO INTERNO DE PERSONAL..... | 12 |
| ANEXO 5 | MODELO DE CONTRATO..... | 21 |
| ANEXO 6 | HOJA DE SEGURIDAD SOBRE EL HELIO..... | 25 |
| ANEXO 7 | NOTAS PERIODÍSTICAS..... | 26 |
| ANEXO 8 | TESTIMONIO..... | 27 |
| ANEXO 9 | ARQUITECTURA VEHÍCULOS AÉREOS NO TRIPULADOS..... | 29 |
| ANEXO 10 | MANUAL DE FUNCIONES | 31 |