

Índice de Contenido

CAPITULO I

INTRODUCCION	1
1.1. Proceso Creativo	1
1.1.1. Lluvia de ideas	2
1.1.2. Evaluación de las Ideas	3
1.1.3. Descripción de la Idea Seleccionada	5
1.1.4. Introducción al nombre de la empresa	6
1.2. Antecedentes del proyecto	8
1.3. Justificación del proyecto	9
1.3.1. Justificación Teórica	14
1.3.2. Justificación Metodológica	15
1.3.3. Justificación Personal	16
1.4. Objetivos del proyecto	17
1.5. Alcances	18
1.5.1. Espacial	18
1.5.2. Temporal	18
1.5.3. Temático	18

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO	19
2.1. Definición y objetivos del estudio de mercado	19
2.1.1 definición de estudio de mercado	19
2.1.2 objetivos del estudio de mercado	19
2.2. Principales aspectos relacionados al Estudio de mercado	20
2.2.1 . Descripción del servicio principal	20

2.2.2 Usos del servicio	22
2.2.3. Análisis de la oferta	23
2.2.4. Análisis de la demanda	28
2.2.5. Análisis de la oferta y demanda	36
2.2.6. Análisis del precio	39
2.2.7. Análisis de la comercialización	41
2.2.8. Análisis del macro ambiente	42
CAPITULO III	
TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO	49
3.1. Tamaño del proyecto	49
3.1.1. Factores que determinan el tamaño	49
3.1.2. Tamaño proyectado	50
3.2. Localización del proyecto	55
3.1.1. Macro-localización	55
3.1.2. Micro-localización	57
CAPITULO IV	
ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	61
4.1. Introducción	61
4.2. Objetivos del área	62
4.3. Establecimiento de la Dirección Estratégica	62
4.3.1. Misión	62
4.3.2. Visión	63
4.3.3. Objetivos Organizacionales	64
4.3.4. Valores	66
4.4. Análisis ambiental y competitivo	67

4.4.1. Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter	68
4.4.2. Cadena de Valor	75
4.4.3. Análisis de la Matriz F.O.D.A.	81
4.5 Formulación de la estrategia	83
4.6 Plan de mercadotecnia	88
4.7. Mezcla de mercadotecnia	89
4.7.1. Servicio	89
4.7.2. Precio	92
4.7.3. Posición	93
4.7.4. Mezcla de comunicación	95
4.8 Tiempo de Ingreso al Mercado	104
CAPITULO V	
INGENIERIA DEL PROYECTO	105
5.1. Análisis del proceso de servucción	105
5.1.1 Distribución de la oficina (Lay out)	110
5.2. Requerimientos	111
5.2.1 Inversión Fija	111
5.2.2. Inversión Diferida	113
5.2.3. Inversión en capital de Operaciones	114
5.3. Costos de servucción	115
5.4. Programa de servucción	117
CAPITULO VI	
ORGANIZACIÓN	119
6.1. Organización general	119
6.1.1. Razón Social de la Empresa	120

6.2. Organigrama	120
6.3. Departamentalización	121
6.3.3. Administración de Sueldos y Salarios	124
CAPITULO VII	
INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO	126
7.1. Inversiones	126
7.1.1. Componentes de la inversión fija	126
7.1.2. Componentes de la inversión Diferida	129
7.1.3. Componentes del Capital de Operaciones	130
7.1.5. Cronograma de inversiones	132
7.2. Financiamiento	133
7.2.1. Financiamiento con aporte propio	133
7.2.2. Financiamiento mediante préstamo	134
CAPITULO VIII	
INGRESOS Y COSTOS DEL PROYECTO	138
8.1. Ingresos del proyecto	138
8.1.1. Precio de Venta	138
8.1.2. Ingresos proyectados	140
8.2. Costos del proyecto	141
8.2.1. Clasificación de los costos según su variabilidad	141
8.3. Impuestos	158
CAPITULO IX	
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	160
9.1. Balance General	160
9.2. Estado de Resultados	162

9.2.1. Estado de Resultados por su Variabilidad	162
9.3. Fuentes y Usos de Fondos proyectado	164

CAPITULO X

EVALUACION ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

165

10.1. Tipos de Evaluación	165
10.1.1. Evaluación Económica	165
10.1.2. Evaluación financiera	165
10.1.3. Flujo de Caja	166
10.1.4. Evaluación técnico-administrativa	167
10.2. Indicadores	168
10.2.1 Valor Actual Neto (VAN)	168
10.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	170
10.2.3. Periodo de Recuperación del Capital	172
10.2.4. Relación Beneficio Costo	173
10.2.5. Punto de Equilibrio	174
10.3. Análisis de Sensibilidad	175

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

177

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS