

3.2. Localización del proyecto	53
3.2.1. Macro-localización	54
CAPÍTULO I. Micro-localización	55
1. Introducción	1
1.1. Proceso Creativo	4
1.2. Antecedentes de Proyecto	8
1.3. Justificación del Proyecto	15
1.4. Objetivos del Proyecto	16
1.5. Alcances	17
1.6. Análisis ambiental y competitivo	68
CAPÍTULO II. Impulsión de la estrategia	73
2. Estudio de Mercado	18
2.1. Definición y objetivos de estudio de mercado	18
2.2. Principales aspectos relacionados al estudio de mercado	20
2.2.1. Descripción del servicio	20
2.2.2. Usos del producto	22
2.2.3. Análisis de la oferta	22
2.2.4. Análisis de la demanda	27
2.2.5. Análisis de la oferta y la demanda	34
2.2.5.1. Oferta y demanda histórica	35
2.2.5.2. Oferta y demanda proyectada	38
2.2.6. Análisis del precio	42
2.2.7. Análisis de la comercialización	44
2.2.8. Análisis del macro-ambiente	45
CAPÍTULO III. Definición del negocio	57
3. Tamaño y Localización del Proyecto	52
3.1. Tamaño del proyecto	52
3.1.1. Factores que determinan el tamaño	52
3.1.2. Tamaño proyectado	53



3.2.	Localización del proyecto	53
3.2.1.	Macro-localización	54
3.2.2.	Micro-localización	55
CAPÍTULO IV		
4.	Estrategia y Mercadotecnia	62
4.1.	Introducción	62
4.2.	Objetivos del área	63
4.3.	Establecimiento de la Dirección Estratégica	63
4.4.	Análisis ambiental y competitivo	68
4.5.	Formulación de la estrategia	79
4.6.	Plan de mercadotecnia	81
4.7.	Mezcla mercadotecnia	84
CAPÍTULO V		
5.	Ingeniería del proyecto	96
5.1.	Análisis del proceso de producción/servucción	96
5.2.	Requerimientos	101
5.2.1.	Inversión fija	101
5.2.2.	Inversión diferida	104
5.2.3.	Inversión inicial en capital de	
Trabajo/operaciones		107
5.3.	Costos de servucción	112
5.4.	Programa de producción	114
CAPÍTULO VI		
6.	Organización	117
6.1.	Organización general	117
6.2.	Organigrama	130
6.3.	Departamentalización	132

CAPÍTULO VII

7. Inversiones y Financiamiento	134
7.1.1. Inversión General	133
7.1.2. de la inversión fija	134
7.1.3. Componentes de la inversión diferida	139
7.1.4. Capital de trabajo/operaciones	141
7.1.5. Inversiones de reemplazo/reposición	142
7.1.6. Cronograma de inversiones	142
7.2. Financiamiento	144
7.2.1. Financiamiento con aporte propio	144
7.2.2. Financiamiento mediante Préstamo/otros	145
7.2.2.1. Condiciones del préstamo	146
7.2.2.2. Amortización	147

CAPÍTULO VIII

8. Ingresos y Costos / Gastos del Proyecto	149
8.1. Ingresos del proyecto	149
8.1.1. Precio de venta	149
8.1.2. Ingresos proyectados	150
8.2. Costos del proyecto	151
8.2.1. Clasificación de costo por objeto del gasto	151
8.2.1.1. Costos directos	151
8.2.1.2. Costos indirectos	154
8.2.2. Clasificación de costos según su variabilidad	157
8.2.2.1. Costos variables	157
8.2.2.2. Costos fijos	158
8.2.2.3. Calculo de Depreciación	159
8.2.2.4. Calculo de Costo Unitario de producción	160
8.2.2.5. Costos Anuales proyectados	161



CAPÍTULO IX

9. Estados Financieros proyectados	163
9.1. Balance General	163
9.2. Estado de Resultado	165
9.3. Fuentes y usos de Fondos proyectados	166

CAPÍTULO X

10. Evaluación, Económica, financiera, técnico-administrativo del proyecto	167
10.1. Tipos de evaluación	167
10.1.1. Evaluación económica	167
10.1.2. Evaluación financiera	167
10.1.3. Flujo de Caja	168
10.1.3.1. Flujo de caja económico	168
10.1.3.2. Flujo de caja financiero	168
10.1.4. Evaluación técnico-administrativo	171
10.2. Indicadores	
10.2.1. Valor Actual Neto (VAN)	171
10.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)	171
10.2.3. Apalancamiento Financiero	173
10.2.4. Periodo de Recuperación del Capital	173
10.2.5. Relación Beneficio-Costo	174
10.2.6. Punto de equilibrio	175
10.3. Análisis de la Sensibilidad	176
Bibliografías.....	178
ANEXOS.....	180