

## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa ...	1
1.1.1. Lluvia de ideas .....	2
1.1.2. Selección de la idea .....	3
1.1.3. Naturaleza de la Idea a Implementar .....	4
1.1.4. Nombre de la empresa.....	4
1.1.5. Lluvia de ideas para elección del nombre.....	5
1.2. Antecedentes del proyecto .....	8
1.3. Justificación del proyecto .....	11
1.4. Objetivos del proyecto.....	12
1.4.1. Objetivo general.....	12
1.4.2. Objetivos específicos.....	12
1.5. Alcances.....	13
ESTUDIO DE MERCADO .....	14
2.1. Definición y objetivos del estudio de mercado.....	14
2.1.1. Definición de mercado.....	14
2.1.2. Objetivo general.....	14
2.1.3. Objetivos específicos.....	15
2.2. Principales aspectos relacionados al estudio de mercado .....	15
2.2.1. Descripción del servicio.....	15
2.2.2. Tipos y usos del servicio .....	24
2.2.3. Análisis de la oferta .....	25
2.2.4. Análisis de la demanda .....	30
2.2.5. Análisis de la oferta y demanda.....	31
2.2.5.1. Oferta y Demanda Proyectada .....	31
2.2.6. Análisis de precios.....	36
2.2.7. Análisis del macro ambiente .....	39
2.2.8. Conclusiones del macro entorno .....	43
2.3. Conclusiones del Estudio de Mercado .....	44
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN .....	45
3.1. Tamaño del proyecto.....	45

3.1.1.	Factores que determinan el tamaño.....	45
3.1.2.	Tamaño proyectado.....	49
3.2.	Localización del proyecto.....	53
3.2.1.	Macro localización.....	53
3.2.2.	Micro localización.....	54
<b>ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA.....</b>		<b>58</b>
4.1.	Introducción.....	58
4.2.	Objetivos del área de Estrategia y Mercadotecnia.....	58
4.3.	Establecimiento de la dirección estratégica.....	58
4.3.1.	Misión.....	58
4.3.2.	Visión.....	60
4.3.3.	Objetivos organizacionales.....	61
4.3.4.	Valores o principios organizacionales.....	62
4.4.	Análisis de la situación.....	63
4.4.1.	Análisis del micro entorno externo.....	63
4.4.1.1.	Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.....	64
4.4.1.2.	Análisis F.O.D.A.....	69
4.4.2.	Ventaja Competitiva.....	73
4.4.3.	Factores Claves de Éxito del sector.....	74
4.5.	Formulación de la estrategia.....	75
4.6.	Plan de mercadotecnia.....	76
4.6.1.	Objetivos de Marketing.....	76
4.6.2.	Selección del mercado objetivo.....	76
4.6.3.	Estrategias genéricas.....	77
4.7.	Mezcla de mercadotecnia.....	78
4.7.2.	Precio.....	81
4.7.3.	Mezcla de comunicación.....	82
4.7.3.1.	Publicidad.....	83
4.7.3.2.	Marketing directo.....	85
4.7.3.3.	Relaciones públicas.....	86
4.7.3.4.	Website.....	87
<b>INGENIERÍA DEL PROYECTO.....</b>		<b>89</b>
5.1.	Análisis del proceso de servucción.....	89

7.2.2. Financiamiento mediante préstamo / otros .....	123
7.2.2.1. Condiciones del préstamo .....	123
7.2.2.2. Amortización .....	124
<b>INGRESOS Y COSTOS / GASTOS DEL PROYECTO.....</b>	<b>125</b>
8.1. Ingresos del proyecto .....	125
8.1.1. Precio de venta .....	125
8.1.2. Ingresos proyectados .....	125
8.2. Costos del proyecto.....	127
8.2.1. Clasificación de costos según su variabilidad .....	127
8.2.1.1. Costos variables .....	127
8.2.1.2. Costos fijos .....	130
8.2.1.3. Cálculo de la depreciación.....	134
8.2.1.4. Cálculo del costo unitario.....	135
8.2.1.5. Costos anuales proyectados .....	136
<b>ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....</b>	<b>137</b>
9.1. Balance General .....	137
9.2. Estado de Resultados .....	138
9.3. Fuentes y Usos de Fondos proyectado .....	139
<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO .....</b>	<b>140</b>
10.1. Tipos de Evaluación .....	140
10.1.1. Evaluación económica.....	140
10.1.2. Evaluación financiera.....	140
10.1.3. Flujo de caja.....	141
10.2. Indicadores .....	141
10.2.1. Valor Actual Neto .....	141
10.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	143
10.2.3. Periodo de recuperación del capital .....	143
10.2.4. Punto de Equilibrio.....	144
10.2.5. Análisis de sensibilidad .....	144

7.2.2. Financiamiento mediante préstamo / otros .....	123
7.2.2.1. Condiciones del préstamo .....	123
7.2.2.2. Amortización .....	124
<b>INGRESOS Y COSTOS / GASTOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>125</b>
8.1. Ingresos del proyecto .....	125
8.1.1. Precio de venta .....	125
8.1.2. Ingresos proyectados .....	125
8.2. Costos del proyecto .....	127
8.2.1. Clasificación de costos según su variabilidad .....	127
8.2.1.1. Costos variables .....	127
8.2.1.2. Costos fijos .....	130
8.2.1.3. Cálculo de la depreciación .....	134
8.2.1.4. Cálculo del costo unitario .....	135
8.2.1.5. Costos anuales proyectados .....	136
<b>ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....</b>	<b>137</b>
9.1. Balance General .....	137
9.2. Estado de Resultados .....	138
9.3. Fuentes y Usos de Fondos proyectado .....	139
<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA, FINANCIERA, TÉCNICO-ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO .....</b>	<b>140</b>
10.1. Tipos de Evaluación .....	140
10.1.1. Evaluación económica .....	140
10.1.2. Evaluación financiera .....	140
10.1.3. Flujo de caja .....	141
10.2. Indicadores .....	141
10.2.1. Valor Actual Neto .....	141
10.2.2. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	143
10.2.3. Periodo de recuperación del capital .....	143
10.2.4. Punto de Equilibrio .....	144
10.2.5. Análisis de sensibilidad .....	144