

INDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION	7
1.1.Proceso Creativo.....	8
1.2.Antecedentes del proyecto.....	9
1.3. Justificación del Proyecto.....	10
1.3.1.Justificación técnica:.....	10
1.3.2.Justificación económica.....	10
1.3.3.Justificación social.....	10
1.4.Objetivos del Proyecto.....	11
1.4.1.Objetivo general:.....	11
1.4.2.Objetivos específicos:.....	11
1.5.Alcances.....	11
2. ESTUDIO DE MERCADO	12
2.1.Definición y objetivos del estudio de Mercado.-.....	12
2.2.Definición y descripción de los servicios.....	12
2.2.1.CAPACITACIÓN EMPRESARIAL.....	13
2.2.2.CONSULTORÍA.....	15
2.3.DETERMINACIÓN DEL MERCADO.....	21
2.3.1.Segmentación de Mercado.....	21
2.4.METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	22
2.4.1.Desarrollo del Plan de Investigación.....	22
2.5. PLAN DE MUESTREO.....	23
2.5.1.Tamaño Muestral.....	23
2.5.2.Tipo de Muestreo a utilizar.....	23
2.5.3. Plan de Levantamiento de la Información.....	24
2.5.4. Gastos Totales del Muestreo.....	24
2.6.ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	24
2.7. DEMANDA PROYECTADA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA Y CAPACITACIONES.....	32
2.8. ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	34

2.9.OFERTA PROYECTADA.....	36
2.9.1.Oferta proyectada de servicios de Consultoría en RRHH	36
2.9.2.Oferta proyectada de servicios de Capacitación	37
2.10.BALANCE OFERTA-DEMANDA.....	39
2.10.1.Balance Oferta-Demanda de los servicios de Consultoría en RRHH	39
2.10.2.Balance Oferta-Demanda de los servicios de Capacitaciones.....	40
2.11.ANÁLISIS DE PRECIOS	41
2.12. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	48
2.12.1.Análisis del Macro- Ambiente.....	48
2.12.2.Condición económica.....	49
2.12.3.Factores políticos y legales.....	49
2.12.4.Competencia	50
2.12.5.Tecnología	50
3. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	51
3.1. OBJETIVOS	51
3.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO	51
3.2.1. Factor Mercado.....	51
3.2.2. Factor Tecnología	53
3.2.3. Factor Insumos	54
3.3. DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN.....	54
3.3.1. Determinación de la Macrolocalización.....	55
3.3.2. Determinación de la Microlocalización	55
4. ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	61
4.1. INTRODUCCION	61
4.2. OBJETIVOS DEL ÁREA	61
4.3. ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCION ESTRATEGICA	61
4.3.1 Direccionamiento Estratégico	61
4.4 ANALISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO	63
4.4.1. Análisis del Entorno Externo	63
4.4.2. Modelo de las cinco fuerzas competitivas de Porter	63

4.5. ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO	66
4.5.1. Matriz de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).....	66
4.5.2. Matriz de Evaluación de los Factores Externos (E.F.E).....	69
4.5.3. Análisis del Entorno Interno	71
4.5.4. Matriz de Evaluación de los Factores Internos (E.F.I).....	71
4.5.5. Matriz Interna y Externa (IE)	73
4.6 FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA GENÉRICA	73
4.7 PLAN DE MARKETING.....	74
4.7.1 Objetivos	75
4.7.2 Estrategia de Mercadotecnia	75
4.8 MEZCLA DE MARKETING	75
4.8.1. Servicio	76
4.8.2 Precio.....	77
4.8.3 Plaza.....	77
4.8.4.1 Publicidad y promoción	78
4.9 PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING.....	79
5. INGENIERÍA DEL PROYECTO	80
5.1.OBJETIVOS.....	80
5.2.DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	80
5.3.PROGRAMA DE CAPACIDAD DEL SERVICIO.....	81
5.5.TERRENO E INFRAESTRUCTURA	81
5.5.1.PLANOS DE LAS OBRAS CIVILES.....	81
5.6. CALENDARIO DEL SERVICIO.....	81
5.7. REQUERIMIENTOS.....	82
5.7.1. REQUERIMIENTOS DE ACTIVOS FIJOS.....	82
5.7.2 REQUERIMIENTO DE PERSONAL	82
5.7.3 REQUERIMIENTO DE INSUMOS	82
5.7.4. REQUERIMIENTO DE MATERIALES	83
5.7.5. REQUERIMIENTO DE SERVICIOS	84
5.7.6. REQUERIMIENTO DE ROPA DE TRABAJO	84

5.7.7. REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD	84
5.8. COSTOS DE PRODUCCION.....	84
5.8. PROGRAMA DE PRODUCCION	85
6. ORGANIZACIÓN	86
6.1.OBJETIVOS	86
6.2.ORGANIZACIÓN.....	86
6.3.ORGANIZACIÓN JURIDICA DE LA EMPRESA	86
6.3.1.Tipo de Organización	86
6.3.2.Razón Social.....	86
6.3.3.Impuestos	87
6.3.4.Socios	87
6.4.ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA.....	87
6.4.1.Estructura Organizacional.....	87
6.4.2.Organigrama	87
6.4.4.Reglamento Interno Administrativo	88
6.5.GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....	88
6.5.2.Selección del Personal.....	89
6.5.3.Contratación del Personal.....	90
6.5.4.Capacitación del Personal	90
6.5.5.Proceso de Inducción o Socialización Organizacional.....	90
6.5.6.Sueldos y Salarios	91
6.5.7.Horarios de Trabajo	91
6.5.8.Condiciones de Higiene y Seguridad	91
7. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO.....	92
7.1. INVERSIONES.....	92
7.2. OBJETIVOS	92
7.3. COMPONENTES DE LA INVERSIÓN FIJA.....	92
7.3.1. Muebles y Enseres.....	92
7.3.2. Equipos.....	93
7.3.3. Obras Civiles	94
7.4. COMPONENTES DE LA INVERSION DIFERIDA.....	94

7.4.1. Estudio	94
7.4.2. Gastos legales	94
7.4.3. Gastos de organización	95
7.4.4. Montaje, prueba y puesta en marcha.....	95
7.4.5. Capacitación del personal.....	95
7.4.6. Intereses pre operativos.....	96
7.5. CAPITAL DE OPERACIONES	96
7.5.1. Alquiler	97
7.5.2. Sueldos y salarios.....	97
7.5.3. Practicantes (Trainers).....	97
7.5.4. Honorarios profesionales	98
7.5.6. Insumos para las capacitaciones y servicios	98
7.5.7. Insumos	99
7.5.8. Publicidad	99
7.6. PLAN Y CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	100
7.7. FINANCIAMIENTO.....	101
7.7.1. FINANCIAMIENTO INTERNO	101
7.7.3. Condiciones del préstamo.....	101
7.7.4. Estructura del financiamiento.....	101
7.7.2. FINANCIAMIENTO EXTERNO	101
7.7.3. Condiciones del préstamo.....	102
7.7.4. Estructura del financiamiento.....	102
7.7.5. Servicio a la Deuda.....	102
8. PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS	103
8.1. INGRESOS DEL PROYECTO	103
8.1.2. Precio de venta	103
8.2. Impuestos.....	103
8.2. COSTOS DEL PROYECTO	104
8.2.1. COSTOS VARIABLES	104
8.2.3. Honorarios profesionales	104
8.2.4. Descuentos	105

8.2.5. Costo de los servicios básicos	105
8.2.6. COSTOS FIJOS.....	106
8.2.7. Costo de la Depreciación anual	107
8.2.8. Costos de Mantenimiento	107
8.2.9. Alquiler de Infraestructura	107
8.2.10. Amortización de activo diferido	108
8.2.11. Intereses	108
8.2.13. Costos de comercialización.....	108
8.2.14. Costos de insumos generales.....	108
8.2.15. Resumen de los costos fijos	109
8.3. COSTOS ANUALES PROYECTADOS	109
9. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	110
9.1.OBJETIVOS	110
9.2.BALANCE GENERAL	110
9.4.ESTADO DE FUENTES Y USOS DE FONDOS	111
10. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	112
10.1. OBJETIVOS	112
10.1.1. Objetivo general.....	112
10.1.2. Objetivos específicos.....	112
10.2. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	112
10.3. TIPOS DE EVALUACION	112
10.3.1. Evaluación económica	112
10.3.2. Evaluación financiera	112
10.3.3. Flujo de caja.....	113
10.4.INDICADORES	114
10.4.1.Costo ponderado del capital	114
10.4.2.Valor Actual Neto	114
10.4.3.Tasa interna de retorno.....	115
10.4.4. Rentabilidad	116
10.4.5. Tiempo de recuperación de capital	117
10.4.6. Punto de equilibrio	117

10.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	118
10.5.1. Sensibilidad a la disminución de los ingresos	118
10.5.2. Sensibilidad al incremento de los costos	119
11. CONCLUSIONES GENERALES	120

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Lluvia de Ideas	8
Tabla 2. Evaluación y filtración de las ideas.....	8
Tabla 3. Elección y evaluación del nombre de la empresa.....	9
Tabla 4. Frecuencia de servicios de capacitación y consultorías en RRHH.....	33
Tabla 5. Pronóstico de la demanda (5 años).....	33
Tabla 6. Demanda Proyectada de Servicios de Capacitación y Consultorías en RRHH	33
Tabla 7. Demanda proyectada de servicios de consultoría en RRHH.....	34
Tabla 8. Oferta Proyectada de servicios de Consultoría en RRHH	37
Tabla 9. Oferta Proyectada de servicios de Capacitación.....	38
Tabla 10. Balance Oferta-Demanda para los servicios de Consultoría en RRHH	39
Tabla 11. Balance Oferta–Demanda para los servicios de Capacitación.....	40
Tabla 12. Precios de Capacitaciones (6 horas – Out House Training).....	41
Tabla 13. Precios de Capacitaciones (6 horas – In House Trainig).....	42
Tabla 14. Precios de Capacitaciones (6 horas – Oficina ARMAR CONSULTING)	42
Tabla 15. Precios de Capacitaciones (4 horas – Out House Training).....	43
Tabla 16. Precios de Capacitaciones (4 horas – In House Training).....	43
Tabla 17. Precios de Capacitaciones (4 horas – Oficina ARMAR CONSULTING)	44
Tabla 18. Precios de Capacitaciones (8 horas – Out House Training).....	44
Tabla 19. Precios de Capacitaciones (8 horas – In House Training).....	45
Tabla 20. Precios de Capacitaciones (8 horas – Oficina ARMAR CONSULTING)	45