

INDICE GENERAL

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1	PROCESO CREATIVO.....	2
1.1.1	LLUVIAS 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
1.1.5	LOGO PARA EL NOMBRE DE LA EMPRESA.....	8
1.2	ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	10
1.2.1	MANUFACTURA.....	10
1.2.2	SECTOR TEXTIL.....	11
1.2.3	SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL EN BOLIVIA.....	12
1.2.4	EL ARTE DE REGALAR.....	13
1.2.5	REGALAR U OBSEQUIAR MUÑECOS DE PELUCHE.....	14
1.3	JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	14
1.3.1	JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.....	14
1.3.2	JUSTIFICACIÓN TÉCNICA.....	14
1.3.3	JUSTIFICACIÓN SOCIAL	15
1.4	OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	15
1.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	15
1.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
1.5	ALCANCE	16
1.5.1	ESPACIAL.....	16
1.5.2	TEMPORAL.....	16
1.5.3	TEMÁTICO.....	16

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1	DEFINICIÓN Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	17
2.1.1	DEFINICIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	17

2.1.2	OBJETIVO GENERAL.....	17
2.1.3	OBJETIVOS ESPECIFICOS	17
2.2	PRINCIPALES ASPECTOS RELACIONADOS AL ESTUDIO DE MERCADO.....	18
2.2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO PRINCIPAL.....	18
2.2.2	USOS DEL PRODUCTO	22
2.2.3	ANÁLISIS DE LA OFERTA	23
2.2.4	CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA	27
2.2.5	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	28
2.2.6	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA	36
2.2.7	ANÁLISIS DEL PRECIOS.....	40
2.2.8	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN.....	41
2.2.9	ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE.....	42

CAPITULO III: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	45
3.1.1	FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO	46
3.1.2	TAMAÑO PROYECTADO.....	47
3.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	49
3.2.1	MACROLOCALIZACIÓN	49
3.2.2	MICROLOCALIZACIÓN.....	50

CAPITULO IV: ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA

4.1	INTRODUCCIÓN.....	52
4.2	OBJETIVOS DEL ÁREA.....	53
4.3	ESTABLECIMIENTO DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	53
4.3.1	VISIÓN.....	54
4.3.2	MISIÓN.....	55
4.3.3	OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN.....	56
4.3.4	VALORES Y PRINCIPIOS	57
4.4	ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO.....	58

4.4.1	MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	58
4.4.2	ANÁLISIS F.O.D.A.	62
4.4.3	CADENA DE VALOR.....	66
4.5	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	67
4.6	POSICIONAMIENTO.....	68
4.7	FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA	68
4.7.1	ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN.....	68
4.7.2	ESTRATEGIA DE ENFOQUE EN DIFERENCIACIÓN	69
4.8	PLAN DE MERCADOTECNIA	69
4.8.1	OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING.....	70
4.9	MEZCLA DE MERCADOTECNIA	71
4.9.1	PRODUCTO.....	72
4.9.2	PRECIO	75
4.9.3	DISTRIBUCIÓN	76
4.9.4	COMUNICACIÓN.....	76

CAPITULO V: ESTUDIO DEL REQUERIMIENTO DE INSUMOS

5.1	CARACTERÍSTICAS.....	78
5.1.1	TELA	78
5.1.2	RELLENO	80
5.1.3	OJOS Y NARICES	81
5.1.4	HILO	81
5.2	ANÁLISIS DEL ABASTECIMIENTO.....	82
5.2.1	PROVEEDORES	82
5.2.2	INTERMEDIARIOS	82
5.2.3	ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES DE INSUMOS.	82

CAPITULO VI: INGENIERÍA DEL PROYECTO

6.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	84
6.1.1	COMPOSICIÓN DEL PRODUCTO	85

6.1.2	TAMAÑO DE LOS PELUCHES	85
6.2	PROCESO PRODUCTIVO DEL MUÑECO DE PELUCHE	85
6.2.1	PROCESO DE FABRICACIÓN.....	85
6.2.2	PROCESO DE COMPRA INSUMOS	89
6.3	MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	93
6.3.1	MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN	93
6.3.2	EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA	94
6.4	REQUERIMIENTOS.....	95
6.4.1	REQUERIMIENTOS DE INSUMOS	95
6.4.2	REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA	97
6.5	DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	98
6.6	CONTROL DE CALIDAD	99
6.7	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.....	99

CAPITULO VII: ORGANIZACIÓN

7.1	ORGANIZACIÓN GENERAL.....	101
7.1.1	ORGANIZACIÓN JURIDICA DE LA EMPRESA	101
7.2	DEPARTAMENTALIZACIÓN.....	101
7.2.1	GERENCIA.....	102
7.2.2	DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.....	102
7.2.3	DEPARTAMENTO DE CONTROL DE CALIDAD	102
7.2.4	DEPARTAMENTO FINANCIERO	103
7.2.5	DEPARTAMENTO COMERCIAL	103
7.3	ORGANIGRAMA.....	103
7.4	MANUAL DE FUNCIONES	104

CAPITULO VIII: INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

8.1	INVERSIONES	105
8.1.1	INVERSIÓN FIJA.....	105
8.1.2	INVERSIÓN DIFERIDA	106

8.1.3	CAPITAL DE OPERACIONES.....	106
8.1.4	CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	108
8.2	FINANCIAMIENTO.....	109
8.2.1	FINANCIAMIENTO INTERNO.....	109
8.2.2	FINANCIAMIENTO EXTERNO.....	109
8.2.3	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO.....	110
8.2.4	SERVICIO A LA DEUDA.....	112

CAPITULO IX: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

9.1	COSTOS DEL PROYECTO.....	113
9.1.1	CLASIFICACIÓN DE COSTO SEGÚN SU VARIABILIDAD.....	113
9.1.2	CLASIFICACIÓN DE COSTO POR OBJETO DEL GASTO.....	118
9.1.3	COSTOS PROYECTADOS.....	120
9.2	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	121
9.2.1	PRECIO DE VENTA.....	121
9.2.2	INGRESOS PROYECTADOS.....	121
9.3	IMPUESTOS.....	122
9.3.1	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA).....	122
9.3.2	IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES (IT).....	123
9.3.3	IMPUESTO SOBRE LAS UTILIDADES DE LAS EMPRESAS (IUE).....	123

CAPITULO X: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

10.1	BALANCE GERENAL.....	123
10.2	ESTADO DE RESULTADOS.....	124
10.3	FUENTE Y USO DE FONDOS.....	125

CAPITULO XI: EVALUACIÓN DEL PROYECTO

11.1	EVALUACIÓN ECONOMICA.....	126
11.2	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	126
11.2.1	Razón de Liquidez.....	127

11.2.2 Razón de Rentabilidad.....	128
11.3 FLUJOS DE CAJA	129
11.3.1 FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	129
11.3.2 FLUJO DE CAJA FINANCIERO	130
11.4 INDICADORES	130
11.4.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	130
11.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	134

CAPITULO XII: CONCLUSIONES Y APORTES

12.1 CONCLUSIONES	135
12.2 APORTES.....	140

BIBLIOGRAFÍA.....	136
-------------------	-----

ANEXOS.....	139
-------------	-----